

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

VINÍCIUS ALMEIDA TORRES

**COMPLEMENTARIEDADE OU DIVERGÊNCIA: A EMPRESA JÚNIOR NOS
CURSOS DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS DO BRASIL**

SÃO CRISTÓVÃO/SE

2020

VINÍCIUS ALMEIDA TORRES

**COMPLEMENTARIEDADE OU DIVERGÊNCIA: A EMPRESA JÚNIOR NOS
CURSOS DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS DO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Relações Internacionais da Universidade
Federal de Sergipe como requisito
parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Me. Corival Alves do
Carmo

SÃO CRISTÓVÃO/SE

2020

VINÍCIUS ALMEIDA TORRES

**COMPLEMENTARIEDADE OU DIVERGÊNCIA: A EMPRESA JÚNIOR NOS
CURSOS DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS DO BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Relações Internacionais da Universidade
Federal de Sergipe como requisito
parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Me. Corival Alves do
Carmo

Banca Examinadora:

Prof. Me. Corival Alves do Carmo – UFS
(Orientador)

Prof. Dr. Cairo Junqueira Borges – UFS
(1º Examinador)

Prof. Dr. Rodrigo Barros de Albuquerque – UFS
(2º Examinador)

São Cristóvão, _____ de _____ de 2020.

À minha família, especialmente à minha
mãe, que é o maior exemplo e fonte de
inspiração que eu poderia ter.

AGRADECIMENTOS

É imprescindível agradecer primeiramente à excelentíssima Dr^a. Zafira da Silva de Almeida, imortal pela Academia Maranhense de Ciências, minha mãe, que sempre foi o meu ponto de apoio em todos os momentos, me auxiliou incondicionalmente durante o meu processo de graduação e produção do trabalho, me pressionou quando preciso, e me deu liberdade quando necessitei. Agradeço ao Me. Cláudio Torres, meu pai, e ao Igor Torres meu irmão, por serem o alívio e a calma nos momentos que precisei. Eu amo muito vocês!

Agradeço ao meu orientador, Corival, que me apresentou o tema, incentivou a realizar o trabalho, e pela paciência que teve com todos os meus dramas. Agradeço à Ma. Ana Luiza Caldas Diniz, pela disposição e ensinamentos de escrita ao longo dessa jornada. Agradeço também ao Prof. Cairo Borges e ao Prof. Rodrigo Albuquerque que se disponibilizaram para a correção e indicações de melhoria do trabalho.

Agradeço à Joana, minha namorada, que sempre esteve ao meu lado, me motivando a dar meu máximo. Sou grato a todos os meus amigos que estiveram presentes ao longo desse caminho, sem a assistência de vocês essa graduação não seria possível.

Agradeço imensamente a todos os representantes das Empresas Juniores, que cederam de seu tempo para a realização das entrevistas e sempre estiveram dispostos e disponíveis para me fornecer informações. Agradeço também a todos os membros das empresas que responderam ao questionário.

RESUMO

A área de Relações Internacionais é constituída por cursos de graduação com perfis diversificados, mas majoritariamente com perfil teórico e generalista, o que resulta em poucas, ou nenhuma disciplina prática nos cursos. Nesse sentido, este trabalho busca retratar o papel das Empresas Juniores no curso de Relações Internacionais, como um caminho para os estudantes terem contato com as atividades práticas. Para tanto, foram realizadas entrevistas e aplicado um questionário com membros de Empresas Juniores dos cursos de Relações Internacionais do Brasil, com o intuito de catalogá-las e analisar a relação existente entre as atividades praticadas nelas e os cursos em que estão inseridas. Com a sistematização de dados fornecidos por 22 Empresas Juniores e respostas de seus contribuintes, foi constatada a complementariedade das atividades dessas organizações com as graduações em que elas estão inseridas.

Palavras-chave: Brasil; Empresa Júnior; Graduação; Mercado de Trabalho; Relações Internacionais.

ABSTRACT

The International Relations field consists of graduation courses with diverse profiles, but mostly are theoretical and generalist, which results in few, if any, practical disciplines in the courses. In this sense, the work seeks to portray the role of Junior Enterprises in the International Relations course, which would be a way for students to have contact with practical activities. To this end, interviews were conducted and a questionnaire was applied to members of these Junior Enterprises in order to catalog the Junior Enterprises of the International Relations courses in Brazil, and to analyze the relationship between the activities practiced in the Junior Enterprises of International Relations and the courses that they are inserted. With the systematization of data provided by 22 Junior Enterprises and responses from their contributors, the complementarity of the activities of these organizations with the courses in which they are inserted was found to be complementary.

Keywords: *Brazil; Graduation; International Relations; Junior Enterprise; Labor Market.*

LISTA DE FIGURAS/TABELAS/QUADROS

FIGURAS

Figura 1. Demonstrativo de Empresas Juniores de Relações Internacionais associadas à Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior).	35
Figura 2. Demonstrativo das Empresas Juniores de Relações Internacionais por Organização Administrativa das Instituições de Ensino Superior.....	36
Figura 3. Demonstrativo do número de membros das Empresas Juniores de Relações Internacionais.....	37
Figura 4. Demonstrativo de Empresas Juniores de Relações Internacionais que funcionam em conjunto com outros cursos.	38
Figura 5. Quantitativo de Empresas Juniores que destinam serviços para Pessoa Jurídica, Pessoa Física e Órgãos Públicos.....	49
Figura 6. Distribuição das Empresas Juniores de Relações Internacionais por região geográfica.	54
Figura 7. Distribuição das Empresas Juniores de Relações Internacionais por Estado da Federação.....	55
Figura 8. Tempo de existência das Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil (por ano).....	56
Figura 9. Demonstrativo de Empresas Juniores que possuem espaço físico cedido pela universidade para realização de atividades da empresa.....	57
Figura 10. Quantitativo das Empresas Juniores que responderam sobre a maioria dos seus clientes serem da região que estão inseridas.	58
Figura 11. Porcentagem de Empresas Juniores de acordo com o tempo médio estimado para realização de um projeto para Pessoa Jurídica.	59
Figura 12. Quantitativo de respostas obtidas por tempo de participação na Empresa Júnior que está inserido.	63
Figura 13. Respostas obtidas de acordo com o grau de ocupação dentro da Empresa Júnior.	64
Figura 14. Percentual da consideração sobre a praticidade do curso de RI em que estão inseridos.....	65
Figura 15. Porcentagem de membros que consideram o número de atividades práticas oferecidas pelo curso suficientes.	66

Figura 16. Quantitativo de respostas sobre a principal motivação para entrar na Empresa Júnior.	67
Figura 17. Quantitativo de membros de acordo com o número de projetos realizados durante sua permanência na Empresa Júnior.	69
Figura 18. Quantitativo de respondentes que participaram de projetos relativos à cada tema.	69
Figura 19. Quantitativo de respostas obtidas com relação ao perfil do curso que os membros da Empresa Juniores fazem parte.	70
Figura 20. Quantitativo das matérias predominantes no curso.	71
Figura 21. Porcentagem de pessoas que consideram que os projetos realizados dentro da Empresa Júnior têm relação com o estudado no curso.	72
Figura 22. Porcentagem de membros de acordo com a resposta sobre como adquiriram os conhecimentos para realizarem os projetos da Empresa Júnior.	74
Figura 23. Porcentagem da consideração das atividades da Empresa Júnior serem complementares ou divergentes com o curso em que está inserida.	76

TABELAS

Tabela 1. Divisão das diretorias por Empresa Júnior.	30
Tabela 2. Serviços oferecidos por cada Empresa Júnior.	39
Tabela 3. Empresas que participaram das respostas do questionário, e a quantidade de membros respondentes (ordem alfabética).	61

QUADROS

Quadro 1. Informações das Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil participantes deste estudo.	29
Quadro 2. Faturamento e número de projetos das Empresas Juniores no triênio 2017-2019.	51

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. O CENÁRIO DOS CURSOS DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS NO BRASIL	17
3. AS EMPRESAS JUNIORES DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS NO BRASIL	25
3.1. O Perfil das Empresas Júniores de Relações Internacionais.....	28
3.1.1. Catalogação das Empresas Júniores (ordem alfabética)	28
3.1.2. Estrutura organizacional das empresas	30
3.1.3. Empresas federadas ou não federadas à Confederação Brasileira de Empresas Júniores.....	34
3.1.4. Instituições de Ensino Superior Privadas ou Públicas	35
3.1.5. Número de Membros.....	36
3.1.6. Demais cursos que fazem parte	37
3.1.7. Projetos oferecidos pelas Empresas Júniores	38
3.1.7.1. Projetos para Pessoas Jurídicas	41
3.1.7.1.1. Planejamento de Exportação	41
3.1.7.1.2. Planejamento de Importação	45
3.1.7.1.3 Abertura de Filial em outro País	45
3.1.7.1.4. Projetos outros para Pessoas Jurídicas	47
3.1.7.2. Projetos para Pessoas Físicas.....	48
3.1.7.3. Projetos para Órgãos Públicos	48
3.1.8. Faturamento e número de projetos das empresas no Triênio 2017-2019.....	49
3.1.9. Divisão das EJs por região e estados da federação	54
3.1.10. Tempo de existência.....	55
3.1.11. Existência ou não de espaço individual cedido pela universidade.....	56
3.1.12. Público Alvo da EJ	57
3.1.13. Tempo médio de um projeto	58
4. O VÍNCULO ENTRE A EMPRESA JÚNIOR E O CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS.....	60
4.1. Perfil das Respostas Obtidas.....	61
4.1.1. Empresas Júniores Respondentes.....	61
4.1.2. Tempo De Empresa Júnior	62
4.1.3. Cargos Pertencentes	63
4.1.4. Motivação Para Entrar na Empresa	64
4.1.5. Motivação para permanecer na EJ e Objetivo da EJ que está inserido	68
4.1.6. Projetos Realizados Pelos Respondentes	68

4.1.7. Perfil dos cursos inseridos.....	70
4.2. Relação da Empresa Júnior com o curso de Relações Internacionais	71
4.3. Aprendizados para a Realização de Projetos	73
4.4. Complementariedade e Divergência	75
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	79
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
APÊNDICE I. Perguntas da Pesquisa de Dados das Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Modelo de Entrevista	83
APÊNDICE II. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da ACPE.....	85
APÊNDICE III. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Arcádia.	89
APÊNDICE IV. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Argos.	93
APÊNDICE V. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Atlântica.	97
APÊNDICE VI. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Brain.	101
APÊNDICE VII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da CONEX. ...	105
APÊNDICE VIII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Domani.	109
APÊNDICE IX. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Eleven.....	113
APÊNDICE X. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Expand Jr. .	117
APÊNDICE XI. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da F5 Jr.....	121
APÊNDICE XII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Firenze.	125
APÊNDICE XIII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Global Jr. RS.	129
APÊNDICE XIV. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Ínteri.	133
APÊNDICE XV. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Líderi.	137
APÊNDICE XVI. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Orbe.	141
APÊNDICE XVII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Pangea.	145

APÊNDICE XVIII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Prisma.	149
APÊNDICE XIX. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Reina.	153
APÊNDICE XX. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da RI USP Jr..	157
APÊNDICE XXI. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Sage.	162
APÊNDICE XXII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da TMC.	166
APÊNDICE XXIII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da XPORT.	170
APÊNDICE XXIV. Pesquisa da contribuição das Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil na formação dos estudantes - Questionário	174
APÊNDICE XXV. Perguntas da Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Modelo de Entrevista	178
APÊNDICE XXVI. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da Alpha.	180
APÊNDICE XXVII. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da Expori Jr.	183
APÊNDICE XXVIII. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da Global Jr. SP.	186
APÊNDICE XXIX. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da OXÊ.	189
APÊNDICE XXX. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da RIEX.	192

1. INTRODUÇÃO

O campo das Relações Internacionais (RI) é uma área de estudos nova quando comparada com outras Ciências Sociais. A área passou a ser estruturada pelo mundo a partir do século XX e ganhou mais importância na segunda metade desse mesmo século. Em todo o mundo o âmbito das RI é recente, sobretudo no Brasil, com o primeiro curso de graduação em Relações Internacionais do Brasil criado no ano de 1974, na Universidade de Brasília (UnB), e reconhecido pelo Ministério da Educação em 1976 (LESSA, 2005a, p. 8).

O curso originado na UnB tinha o intuito de formar diplomatas, egressos preparados para trabalhar com o aparato estatal e nas interfaces externas das economias do setor público e do privado, exercendo funções novas, decorrentes do novo perfil internacional que o Brasil rapidamente assumia (LESSA, 2005a, p. 8). Estando tal curso associado a atuações mais centradas no Estado:

Os objetivos do curso estavam, portanto, associados a uma visão das relações internacionais centradas do Estado num momento em que a economia brasileira é movida pelas decisões e ações do Estado. Pode-se dizer que o curso foi então produto da concepção desenvolvimentista que predominava no Brasil de então (CARMO, FRANSCHINE, p. 3, 2010).

Com o passar dos anos, foram surgindo novos cursos de Relações Internacionais com perfis variados, e alguns com focos mais específicos, em negócios internacionais, comércio exterior e economia, com o intuito de direcionar seus egressos para uma atuação profissional mais assertiva. Contudo, na maior parte das universidades o curso ainda é generalista, tendo foco igual para os diversos campos que o compõe:

Foram identificados também os cursos com vertente própria ou linha de formação específica em seus projetos pedagógicos. A identificação de um perfil generalista aparece em 46,36% dos cursos. Os demais cursos apresentam as seguintes vertentes: comércio exterior (5,30%), integração regional (3,31%); relações econômicas internacionais (3,31%); temas de fronteira (2,65%); negócios internacionais (1,99%); agronegócios (1,32%), segurança internacional (1,32%), comércio e negociação internacional (0,66%) (MAIA, 2017, p. 50).

Em meio a uma formação normalmente generalista, multidisciplinar e bem abrangente, o egresso do curso tem muitas opções de atuação profissional, e isso faz com que, ao mesmo tempo, nenhuma seja bem definida ou específica, além de dificultar a determinação e regulamentação de uma área de atuação profissional própria.

Com relação a regulamentação da profissão de bacharel em Relações Internacionais, em 04 de outubro de 2017, foi apresentado à Câmara dos Deputados o Projeto de Lei nº 8777/2017, que dispunha sobre o exercício da profissão de bacharel em

Relações Internacionais (CÂMARA, 2017). Em nota, a Associação Brasileira de Relações Internacionais (ABRI) agradeceu a todos os envolvidos na elaboração, apresentação e tramitação do referido Projeto de Lei, mas entendeu que o mesmo prejudicaria o desenvolvimento da área no Brasil, ao invés de beneficiá-la, pois, defendia que é importante que o curso encontre seu nicho de atuação profissional por conta própria (ABRI, 2017). Tendo em vista a atualidade da discussão, o presente trabalho pode, também, fornecer informações norteadoras para produções que vierem a ser realizadas a respeito da definição da profissão de bacharel em Relações Internacionais.

Em meio a incerteza de atuação laboral futura, gera-se uma ansiedade entre os alunos que não conseguem definir especificamente qual será sua atividade profissional depois de formado. Ainda no âmbito acadêmico, os estudantes manifestam interesse em aplicarem seus conceitos nos afazeres mais tangíveis, que podem vir a facilitar a inserção no mercado de trabalho ao finalizar o curso. Diante disso, como forma de auxiliar no melhor direcionamento para o ingresso no mercado de trabalho, foram criadas as Empresas Juniores (EJs).

A Empresa Júnior, de acordo com a Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior), é uma instituição, no molde de associação civil sem fins lucrativos, formada somente por alunos do Ensino Superior, com o objetivo de permitir aos participantes colocarem em prática os conhecimentos aprendidos durante o curso (BRASIL JR., 2020b). Dentro das Engenharias e Administração, a ideia da EJ é bem alinhada, principalmente por conta da facilidade de encontrar projetos nesses âmbitos; contudo, dentro dos cursos de RI isso não parece tão conexo.

Observa-se que existe uma certa dificuldade em executar projetos que abordem a maioria dos aprendizados de sala de aula adquiridos durante o curso. Desta forma, algumas empresas decidem alinhar seus projetos ao Comércio Exterior, com a venda de consultoria para internacionalização de empresas e facilitação dos processos de importação e exportação. Esse setor é justamente um dos apontados por Pecequillo (2010, p. 34), como uma possível atuação profissional do egresso da área:

Uma das possíveis atuação para o egresso de Relações Internacionais, é no setor privado, com a internacionalização de empresas. Pressionados pela globalização e liberalização econômica, as empresas tem buscando novos espaços e mercados, levando a uma demanda real e concreta de consultoria e assessoria direcionadas ao internacional (PECEQUILLO, 2010, p. 34).

Contudo, essa atuação de consultoria para internacionalização de empresas não é a única profissão que o egresso de RI pode exercer. Isso demonstra um distanciamento

do intuito de uma Empresa Júnior, que é colocar em prática aquilo aprendido em sala de aula, principalmente quando se leva em consideração que algumas EJs se especializam em projetos de internacionalização de empresas, mesmo não havendo disciplinas relacionadas a isso nos cursos em que estão inseridas. Evidencia-se, portanto, alguns questionamentos: Existe de fato uma relação direta entre as atividades do curso e as atividades da EJ? Qual a relação existente entre as atividades da EJ e o curso que está inserida? Essas atividades são complementares ou divergentes entre si?

Dessa forma, para entender a relação das Empresas Juniores com o curso de Relações Internacionais em que estão inseridas, é necessário primeiramente alinhar quais são as suas atividades. Para isso, o presente trabalho realizou um levantamento de dados de Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil, com informações que ainda não haviam sido coletadas e compiladas de forma estruturada, demonstrando a relevância da presente pesquisa como meio de preencher as lacunas existentes e fornecendo contribuições inéditas acerca do tema.

O objetivo deste estudo foi catalogar as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil, e entender a função dessas empresas no curso em que estão inseridas, analisando a relação existente entre as atividades praticadas nas EJs de RI e as disciplinas de seus cursos, constatando se as mesmas auxiliam na complementação à graduação, ou estão fora do escopo das matérias.

Para realização do trabalho, primeiro, buscou-se traçar o perfil das Empresas Juniores de Relações Internacionais, através de coleta de dados com as mesmas por meio de entrevistas com dirigentes. Posteriormente, aplicou-se um questionário aos membros das Empresas Juniores para verificar a percepção dos mesmos sobre o alinhamento das práticas das EJs de Relações Internacionais com as matérias e o perfil do curso em que elas estão inseridas.

Como não existe uma base de dados unificada de onde se possa extrair informações sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil, para a obtenção de dados sobre as EJs foi realizada uma busca em fontes primárias, com as próprias empresas dos cursos.

As Empresas Juniores foram encontradas e identificadas através de participação nas instituições do Movimento Empresa Júnior, por meio da Brasil Júnior e da Federação de Empresas Juniores do Estado de Sergipe, assim como com a presença em eventos nacionais, e integração em grupos de redes sociais onde as EJs de RI estão presentes. Após a identificação das empresas aplicou-se uma entrevista por meio digital, através de web conferência na plataforma “*Google Hangouts*” com um integrante de cada empresa

participante da pesquisa. Para identificar o alinhamento das atividades das Empresas Juniores e dos cursos em que estão inseridas, além das entrevistas, foi aplicado também um questionário individual, através da ferramenta “*Google Forms*”, que pôde ser respondido por qualquer membro de EJ que fosse lecionando de Relações Internacionais.

Através das entrevistas foram obtidas as seguintes informações: o ano de fundação da empresa, objetivo principal da instituição, quantidade de membros, projetos exercidos pela EJ, dentre outras questões. Ao todo foram catalogadas 22 Empresas Juniores e cinco iniciativas¹. É possível que aproximadamente 80% das EJ de RI do Brasil tenham sido abarcadas pelo presente trabalho.

As respostas fornecidas pelos representantes de cada EJ estão em apêndices ao final do trabalho, e são um resumo de uma entrevista com duração média de 1 hora, não possuindo as exatas palavras do representante, mas informando o teor geral das mesmas. As informações existentes nos apêndices foram fornecidas por um membro da Empresa Júnior com conhecimento o suficiente da empresa e do curso de Relações Internacionais que faz parte. A identidade da pessoa que respondeu às perguntas é oculta, seguindo os princípios éticos e metodológicos do trabalho em questão.

Além do que já é documentado na literatura e das informações obtidas, o autor também se apoiou em sua experiência de 3 anos em uma EJ de RI, e na participação de 1 semestre na Federação de Empresas Juniores do Estado de Sergipe, para tecer suas considerações no texto.

Esta produção está organizada em três capítulos. O primeiro a ser apresentado refere-se à abordagem do desenvolvimento de âmbito de RI no Brasil. O segundo capítulo trata do conceito de Empresa Júnior e do levantamento de dados das Empresas Juniores dos cursos de Relações Internacionais. E o último capítulo aborda a relação existente entre as práticas das EJs de RI com as disciplinas e o perfil do curso em que elas estão inseridas, entendendo a complementariedade ou divergência dos conhecimentos adquiridos em tais empresas e aqueles obtidos através das disciplinas durante graduação.

¹ Uma iniciativa é a Empresa Júnior que ainda não possui CNPJ.

2. O CENÁRIO DOS CURSOS DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS NO BRASIL

A vida é hoje bem mais complexa e interligada do que há 100 anos. Isso se deve, entre outros fatores, à globalização, a qual é perceptível a cada dia e que afeta diretamente diversos países de forma conjunta. Notícias internacionais são divulgadas e visualizadas constantemente por milhões de pessoas todos os dias, por exemplo: aumento do preço do petróleo, bem como do valor do dólar em relação a moeda nacional, ou ainda, a paralisação na rotina por conta de um novo vírus. Com os países estando cada vez mais conectados, manifesta-se o interesse e a importância de se entender as relações existentes entre os mesmos. O “além fronteiras” torna as ligações cada vez mais complexas dentro de um país, passando assim a afetar direta e indiretamente as nações, através das grandes e complexas cadeias produtivas, comerciais e o fluxo de pessoas existentes, estimulando assim a criação e o desenvolvimento da disciplina das Relações Internacionais (RI).

Este pensamento, a forma como uma sociedade se relaciona com o mundo de fora, com seus mais diversos parceiros e inimigos em qualquer área da ação humana, constituiu-se em um problema de estudo próprio, demandando um conhecimento especializado. Para dar conta deste desafio, diante da evolução dos relacionamentos além fronteiras, da ampliação da esfera do internacional, deu-se origem a uma disciplina específica: as Relações Internacionais (PECEQUILO, 2010, p. 15).

A partir do século XX quando a área ganhou mais importância, deixou de ser algo estudado separadamente dentro de várias outras áreas das Ciências Sociais e passou a ter uma identidade particular, bem como se tornou uma disciplina multidisciplinar, que foca no entendimento do internacional, tendo como base o Direito, a Economia, a Sociologia, História e Ciência Política.

Em todo o mundo, a área de Relações Internacionais ainda é recente, sobretudo no Brasil. De acordo com Pecequilo (2010), a demora para o desenvolvimento da área no Brasil pode ser atribuída ao atraso em se compreender as dinâmicas internacionais dentro do país. E esse atraso, por sua vez, ocorreu por conta da alta disponibilidade de recursos, e exploração dos mesmos, gerando uma relativa autossuficiência dentro do Estado, por conta de sua grande população e grande extensão territorial. Outro fator que pode estar associado a esse atraso é a existência de um grande ator (os EUA) do Sistema Internacional, no mesmo continente (a América), fazendo com que o Brasil apresentasse, por um longo período, um distanciamento de temas internacionais (PECEQUILO, 2010).

Quando os cursos de Relações Internacionais começaram a surgir no Brasil, o país vivia um contexto de transformação de conjuntura econômica internacional que teve início com o choque do petróleo de 1973; nesse cenário, necessitava-se ampliar os

vínculos com parceiros econômicos tradicionais e valorizar as aberturas de novas possibilidades, fazendo com que a figura do diplomata fosse de grande necessidade para o período, e o curso de RI da UnB teve como foco a formação de profissionais que pudessem atuar nessa ocupação (LESSA, 2005a). O segundo curso de Relações Internacionais do Brasil foi ofertado no final da década de 1980, pela faculdade Estácio de Sá no Rio de Janeiro, e sua abordagem era distinta ao da UnB, sendo mais voltada aos aspectos do comércio exterior (MAIA, 2017, p. 4).

A partir dos anos 1990 novos cursos de Relações Internacionais foram surgindo por todo o país (MAIA, 2017, p. 5). Apesar do primeiro (o da UnB) ter surgido com o objetivo de formar profissionais para determinada atuação em uma atividade específica (diplomacia), a maioria dos cursos existentes hoje não foram criados para que os egressos atuassem em uma área definida. Apesar de, algumas vezes, possuir um direcionamento para alguma área ou campo de atuação (como comércio exterior, integração regional e relações econômica) os cursos advindos subsequentemente ao da UnB, passaram a ter um caráter ainda mais generalista, possibilitando a atuação do egresso em Relações Internacionais em diversos postos de trabalho.

Ocorreram duas ondas de ampliação do número de cursos de Relações Internacionais no Brasil, uma de 1990 a 2002 e outra de 2003 a 2012, e nesse intervalo de tempo, a educação superior foi orientada pelo Plano Nacional de Educação (PNE) (2001-2010), que fixou metas de aumento de investimentos no setor da educação para a democratização do acesso ao ensino superior (MAIA, 2017, p. 6-7). Os cursos oferecidos em instituições privadas também foram incentivados pelo Programa Universidade para Todos (PROUNI) criado pela Lei nº 11.096, de 13 de janeiro de 2005 que concedeu bolsas de estudo integrais e parciais em cursos de graduação e sequenciais de formação específica em instituições privadas de ensino superior (MAIA, 2017, p. 6).

A ampliação do número de cursos de Relações Internacionais no Brasil tem sido objeto de análise de estudiosos que, preocupados com a identidade do campo de estudos, defendiam a necessidade de regulamentação por meio da aprovação de Diretrizes Curriculares Nacionais (MAIA, 2017, p. 24). A característica multidisciplinar da área e a ausência de um documento regulador até 2017 foi motivo de inquietação, uma vez que a oferta de cursos de características muito diversas sem um consenso sobre o conteúdo mínimo pode influenciar de forma negativa o próprio processo de consolidação do campo.

Os cursos que foram surgindo posteriormente ao da UnB não surgiram com um foco específico na diplomacia apesar de possuírem uma segmentação muitas vezes visível, sendo possível verificar uma divisão entre graduações com ênfase em aspectos

teóricos e conceituais e aquelas com acentuação para atividades comerciais e econômicas, como, por exemplo, negócios internacionais e comércio exterior (MAIA, 2017, p. 25). Dessa forma, os egressos do curso não têm um perfil único, por conta da multidisciplinaridade dentro destes e da heterogeneidade de focos existentes nos diferentes cursos oferecidos por todo país; portanto, um egresso de Relações Internacionais pode atuar em diversos setores, e ocupar-se de uma série de atividades, tanto públicas quanto privadas.

Contudo, o setor privado no Brasil ainda não oferece tantas vagas de emprego quanto poderia para os egressos em Relações Internacionais; muitas vezes pela dificuldade em compreender o que os profissionais da área exercem, e dessa forma não percebem a necessidade de uma pessoa qualificada para ajudar em tomadas de decisões mais analíticas, prospectivas e que envolva o além fronteiras. Lessa (2005b) aborda a oferta de vagas no setor privado para a área de RI:

O aumento do número de postos de trabalho no setor privado permanece como a grande promessa da área. É fato que muitos bancos, indústrias de grande e médio portes e empresas do setor de serviços (turismo, exportação e importação, consultorias etc.) têm atraído para os seus quadros profissionais com formação em Relações Internacionais, especialmente por meio dos programas de *trainees* que recrutam jovens egressos de diversas áreas, mas este caminho ainda tem que ser trabalhado com atenção (LESSA, 2005b, p. 12).

Franco; Maia; Neder (2017) realizaram o Documento Técnico referente ao Produto 2 do Projeto CNE/UNESCO 914/BRZ1042.3 – Contrato AS-379/2017 de 12 de junho de 2017 (Produto 2). Tal documento aborda “O perfil dos egressos dos cursos de Relações Internacionais do Brasil”, através de uma pesquisa realizada com os egressos dos cursos de Relações Internacionais que realizaram o Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE) dos anos de 2009, 2012 e 2015. De acordo com o relatório, 85,9% dos egressos possuem emprego, estando dividido em diversas áreas:

O setor que é mais representativo no trabalho 1 dos egressos é o setor privado em empresa estrangeira ou transnacional (15%). A representatividade dos demais setores se dá na seguinte ordem: empresa de porte médio (11,5%); pequena empresa (10,4%); grande empresa (8,6%); setor público (7,4%); terceiro setor (5,5%); setor privado em negócio próprio (4,3%); ensino superior privado (3,9%); organizações internacionais (3,4%); ensino superior público (1,5%). 2,1% não responderam (FRANCO; MAIA; NEDER, 2017, p. 36).

A pesquisa buscou identificar a atividade econômica de vinculação do trabalho 1. As opções basearam-se na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (IBGE online): outros serviços coletivos, sociais e pessoais (14%); educação (12,8%); indústrias de transformação (5,9%), intermediação financeira (5,3%); organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais (4,6%); comércio, reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos (4,4%); administração pública, defesa e seguridade social (3,5%); transporte, armazenagem e comunicações (3,4%); saúde e serviços

sociais (2,7%); atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas (2,7%); agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal (1,7%); alojamento e alimentação (1,5%); indústrias extrativas (0,5%); construção (0,5%); serviços domésticos (0,1%). Em 20,8% dos casos a questão não se aplica e 19,8% não responderam. (FRANCO; MAIA; NEDER; 2017, p. 36-37).

Dessa forma, verificando o Produto 2, é possível constatar uma variedade bem grande de áreas de atuação profissional do egresso de RI: Professor; Consultor; Gestor; Diretores, chefes e gerentes na administração; Auxiliares administrativos; Analista de comércio internacional, Analista de Relações Internacionais, Analista de finanças; Pesquisador; Chefes e encarregados de seção de serviços administrativos de empresas; Funções burocráticas ou de escritório; Analista de exportação; Proprietários nos serviços, conta própria; Oficial de Programa e projetos; Ocupações da defesa nacional e segurança pública; Assessor Executivo; Escritores e jornalistas; Agente de intercâmbio e turismo; Assistente de importação; Analista de trade marketing; *Traders*; Assessor Legislativo; Assessor Judiciário; Operador de Comércio Exterior e Promotor de eventos. Nenhuma dessas ocupações é a mesma para mais que 6,2% dos entrevistados; por outro lado 2.416 dos entrevistados (14,4%) informa que sua ocupação é “Outra Ocupação, ocupação mal definida ou não declarada” (FRANCO; MAIA; NEDER, 2017, p. 38). Esse ponto pode afirmar a característica multidisciplinar e de desenvolvimento de diversas competências para os egressos do curso para o fator de diferença, mas, demonstra a inexistência de um ou alguns caminhos profissionais bem definidos para se trilhar enquanto um Bacharel em Relações Internacionais.

Mais ainda, 51,7% dos egressos não consideram estar trabalhando na área de Relações Internacionais (FRANCO; MAIA; NEDER, 2017, p. 39). Isso pode ser por conta de um desalinhamento de expectativas sobre o que é estar trabalhando na área, e/ou uma falta de definição factual do que é a área de Relações Internacionais. Do ponto de vista concreto, existe um descompasso com o que é RI. Ao fim, RI é uma área de conhecimento, que começa com um estudo básico, uma formação inicial generalista, seguindo-se posteriormente de especializações, variando de acordo com os interesses de cada indivíduo (PECEQUILO, 2010).

Uma das agendas internacionais comumente seguida pelo Brasil é a agenda de comércio. Isso leva os brasileiros muitas vezes a relacionarem diretamente Relações Internacionais com comércio internacional, e isso por sua vez leva a área de Relações Internacionais ser confundida com a de Comércio Exterior. Contudo, como aponta Pecequilo (2010), apesar de os campos de Comércio Exterior, Economia e Comércio

Internacional serem segmentos que um profissional de RI pode seguir, a área não é apenas isso.

O próprio profissional de Relações Internacionais tem dificuldades em se definir e quebrar barreiras, o mercado também pouco o conhecerá, ressaltando-se mais uma vez a “novidade” que esta área representa no Brasil. Ou seja, existe um grande desconhecimento acerca do que realmente faz um profissional de Relações Internacionais, dada a sua multiplicidade de possibilidades. [...] Ainda hoje, o profissional de Relações Internacionais continua sendo confundido com formandos e técnicos em Comércio Exterior e Economia, assim como estudantes de Direito ou diplomatas. [...] cada uma destas atividades é um nicho de atuação profissional para os formandos em Relações Internacionais que apresentarão como diferencial e vantagem comparativa sobre os alunos dos demais cursos sua visão analítica e prospectiva, somada a seu olhar voltado para o internacional (PECEQUILO, 2010, p. 31).

Atualmente o curso de Relações Internacionais tem suas Diretrizes Curriculares Nacionais instituídas pela Resolução CNE/CES nº 4, de 4 de outubro de 2017. O documento determina os pontos que o Projeto Pedagógico do curso tem que seguir, bem como os conteúdos estruturantes da área.

Embora as normas principais que o curso deve seguir sejam estabelecidas por um órgão superior, o perfil e as características que os cursos vão apresentar dependerá de cada uma das instituições em que eles estão inseridos. Contudo, a fragmentação da disciplina não deve ser vista como uma fragilidade, pois permite compreender o objeto de estudo por diferentes prismas de forma abrangente (PECEQUILO, 2010, p. 20). E as especializações em área distintas, dentro daquelas estudadas em RI é natural, e vai ocorrer de forma pessoal, e aqueles que se identificam com uma certa área, tendem a entrar nos cursos de Instituições de Ensino Superior (IES) que foquem nesse campo. Pecequilo (2010) marca a variedade de segmentos que o egresso da área pode ter:

Ainda em termos positivos, é preciso destacar a variedade de caminhos de pesquisa, análise e atuação que estarão disponíveis dentro desta área múltipla. Mesmo possuindo uma base obrigatória única de conhecimento que levará à compreensão do internacional, a especialização dentro de um determinado tópico será algo natural. Desta forma, a visão que nasce abrangente do internacional pode sofrer recortes, direcionando-se a objetos e campos do conhecimento específicos. Escolher e preferências pessoais, assim como a área de atuação profissional, são alguns dos fatores que ajudarão a delimitar esta especialização (PECEQUILO, 2010, p. 21).

Como exemplo de um curso que direciona o aprendizado dos alunos para um setor específico, temos o de Relações Internacionais da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo. Pelo portal da instituição é possível verificar que além dos conteúdos recomendados para os cursos de Relações Internacionais presente nas Diretrizes Curriculares, a matriz curricular conta com matérias como: “Logística

Internacional”, “Internacionalização de Empresas”, “Marketing e Vendas Internacionais”, tendo assim o intuito de direcionar seus egressos para a atuação como Diplomatas Corporativos (ESPM-SP, 2018).

Com tantos perfis diferentes e tantas possíveis áreas de atuação, uma questão que é comumente levantada dentro da área de Relações Internacionais é a preocupação dos discentes com a área de atuação profissional.

Isso [a dúvida de um aluno a respeito de qual área iria atuar profissionalmente] se verificava, em certa medida, devido à grade curricular multidisciplinar do bacharelado em Relações Internacionais que não forma alunos com habilidades específicas, como a maioria dos cursos universitários (MIYAMOTO, 2003, p. 103).

Tendo essa preocupação em mente, uma solução vista pelos alunos é a de buscarem fatores diferenciais durante a sua formação. Esse diferencial pode ser alcançado com a participação e/ou apresentação de trabalhos em eventos e congressos, obtenção de estágios, grupos de pesquisa, participação em projetos de extensão, ou ainda atuando em uma Empresa Júnior dentro do seu curso.

Franco; Maia; Neder (2017) apontam que 81,8% dos alunos egressos de Relações Internacionais que realizaram o ENADE em 2009, 2011 e 2015, realizaram atividades extracurriculares durante a sua formação, sendo desse número total, 9,8% participaram de Empresa Júnior.

Do total da população (16.776), foi identificada a participação nas seguintes atividades ou programas: (a) 54,5% participou de estágio; (b) 20,3% participou de atividades de representação estudantil; (c) 17,6% participou de pesquisa (PIBIC, PIVIC, PIBIT, etc.); (d) 15,9% participou de atividades de ensino (monitoria, PIBID, etc.); (e) 11,4% participou de atividades de extensão (PIBEX, PEIC, etc.); (f) 9,8% participou de Empresa Júnior; (g) 1,8% participou de Programa de Educação Tutorial (PET); (h) 18,6% informaram terem participado de outras atividades da natureza daquelas listadas e 18,2% não participou de atividades extracurriculares (FRANCO; MAIA; NEDER, 2017, p. 23).

Contudo, essa busca por fatores diferenciais não é exclusiva dos formandos em Relações Internacionais. Independentemente do curso, uma pessoa que pretende seguir carreira privada tende a ir atrás de elementos que a vão distinguir dos demais competidores no mercado de trabalho. A atuação em estágios, trabalhos voluntários, projetos de extensão, participação em Empresas Juniores são pontos que contribuem para essa diferenciação. Para um egresso em Relações Internacionais, a situação não é diferente, porém, esse fato é ainda mais complexo por conta da falta de uma área de atuação profissional específica para estes, fazendo com que haja, além da disputa entre

egressos de Relações Internacionais, também a disputa com egressos de outras áreas como Administração, Economia e Direito, para adentrarem no mercado de trabalho.

Uma trading, por exemplo, ou seja, uma empresa de comércio exterior não se dispõe a contratar um profissional apenas em virtude de um brilhante currículo acadêmico, mesmo se ele for egresso de uma conceituada faculdade pública. Ela é bem mais propensa a valorizar o conhecimento prático da nomenclatura aduaneira, da regulamentação de comércio exterior, das normas técnicas em vigor nos mercados estrangeiros (ALMEIDA, 2002, p. 246).

Sendo assim, vê-se a importância das atividades realizadas ao longo da formação do aluno. E, uma das formas do universitário tentar se mostrar melhor qualificado para atuar no mercado de trabalho é através da participação em Empresas Júniores, que será o foco do trabalho em questão.

Empresa Júnior (EJ) é uma associação civil sem fins lucrativos, formada e gerida por alunos de um curso superior, que tem como principal objetivo fazer com que os estudantes coloquem em prática as teorias aprendidas ao longo do curso, dessa forma, aproximando-os do mercado de trabalho (BRASIL JR., 2020b).

As EJs não são separadas e catalogadas por curso, já que em uma mesma Empresa Júnior podem-se encontrar alunos de diversas graduações. Analisando os dados do site da Brasil Júnior é possível verificar que atualmente no Brasil, o maior número de Empresas Júniores é do campo de Engenharia (BRASIL JR., 2020a), no qual também constam o maior número de Empresas Júniores federadas². Isso pode-se dar por conta da facilidade encontrada pelas empresas desse campo em realizar projetos. Entendendo as engenharias, e o âmbito da Matemática como uma área mais simples de se aplicar o conteúdo visto em sala de aula em práticas do dia-a-dia, é bem plausível entender essa relação.

Um outro curso onde também é possível perceber uma aproximação entre os conteúdos estudados e os projetos executados pelas Empresas Júniores pertencentes é o de Administração. Um estudo realizado com alunos, egressos e professores do curso de Administração para identificar os benefícios profissionais adquiridos por graduandos de Administração participantes de associações nos campos da gestão, do empreendedorismo e da consultoria, constatou que:

Por último, indagamos aos participantes se a empresa júnior é um espaço de aprendizagem que torna o aluno mais apto a ingressar no mercado de trabalho. [...] podemos dizer que sim, uma vez que 80% dos alunos, 75% dos egressos e 38.9% dos professores concordam plenamente; 20% dos alunos, 25% dos egressos e 22.2% dos professores concordam muito; 22.2% dos professores concordam

² As Empresas Júniores são separadas em dois grandes grupos, federadas e não-federadas, sendo as federadas diretamente ligadas à Confederação Brasileira de Empresas Júniores, e catalogadas pela mesma, sendo mais simples de se obter dados destas.

moderadamente; 11.1% dos professores acreditam que a empresa júnior contribui pouco e apenas 5.6% não acreditam na contribuição da empresa júnior neste caso. **Fica, portanto, evidente que a empresa júnior é um espaço altamente favorável ao desenvolvimento profissional e acadêmico** (SILVA; ANDRADE, 2015, p. 13). (grifo nosso)

E ainda, um outro trabalho, que analisa a influência da experiência em Empresas Juniores na formação do administrador, observa que:

[...] experiências como intercâmbio, as monitorias e os trabalhos voluntários, são alternativas reconhecidas para o desenvolvimento de um administrador competente e complementos necessários ao curso de administração, já que possibilitam o desenvolvimento de habilidade consideradas necessárias tais como: iniciativa, amadurecimento pessoal e domínio de língua estrangeira (ARTONI; TONELLI, 2001, p. 42).

Dessa forma, vendo a Empresa Júnior como uma experiência de trabalho voluntário, onde se desenvolvem habilidades de iniciativa, liderança, empreendedorismo e amadurecimento pessoal, é possível verificar que a atividade da mesma se mostra importante para o desenvolvimento profissional do administrador. Há uma proximidade entre as atividades executadas dentro das EJs de Administração e na área que um egresso do curso atua, o que fundamenta o discurso principal da existência de uma, em colocar em prática aquilo que se aprende no curso. E com relação aos cursos de Relações Internacionais e as Empresas Juniores inseridas nesses, existe uma relação direta entre o estudado nas matérias e o que se pratica nas EJs?

Levando em consideração que o mercado de trabalho para o âmbito das Relações Internacionais é bastante segmentado pelo perfil dos cursos, variando bastante de acordo com o que cada um se propõem com relação às cadeiras lecionadas e direcionamentos profissionais estabelecidos pelas instituições (CARMO; FRANCHESCHINI, 2010), é possível que não se consiga estabelecer uma relação direta entre as atividades exercidas dentro das Empresas Juniores dos cursos de Relações Internacionais, e aquilo que é ensinado durante toda a formação. Ou ainda, pode ser constatado que as atividades exercidas nas Empresas Juniores também variam de acordo com o perfil da graduação que a empresa está inserida.

Aparentemente, a relação direta entre atividades exercidas em Empresas Juniores de RI e conteúdos ministrados durante a formação não foi tão bem pensado para a área quanto é em campos como o da Administração, fazendo com que as atividades que são exercidas nas EJs dos cursos de Relações Internacionais pelo Brasil pareçam distantes daquilo que é ensinado durante as disciplinas, ou muito reducionista para tantos temas abrangidos por este campo.

3. AS EMPRESAS JUNIORES DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS NO BRASIL

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) é um movimento internacional que tem como principal objetivo “promover aos alunos integrantes, aprendizagem prática a partir de conhecimentos aprendidos em sala de aula, através da experiência profissional no mercado de trabalho ainda dentro da faculdade” (BRASIL JR., 2020b). O Movimento Empresa Júnior foi iniciado em 1967 na França e trazido para o Brasil em 1988 (BRASIL JR., 2020b).

Atualmente o movimento é formado por mais de 1200 EJs e pelas 27 federações confederadas à Brasil Júnior, das quais participam mais de 27.000 estudantes universitários em mais de 220 Instituições de Ensino Superior (IES) espalhados por todo o Brasil, realizando cerca de 35.000 projetos ao ano, com o faturamento total acima dos 45.000.000 de reais (BRASIL JR., 2020b).

Conforme pode ser encontrado no site da Brasil Júnior (2020b), em 1987, João Carlos Chaves, diretor da Câmara de Comércio franco-brasileira orientou os alunos de Administração da Fundação Getúlio Vargas – SP (FGV-SP) a fundarem a primeira EJ do Brasil, e então em 1988 foi fundada a Empresa Júnior Fundação Getúlio Vargas (EJFGV). Com isso, no ano de 1990 surgiu a primeira Federação Estadual de EJs do Brasil, a Federação de Empresas Juniores do Estado de São Paulo (FEJESP). Em 1993 foi realizado o primeiro Encontro Nacional de Empresários Juniores (ENEJ), e 3 anos depois da sua criação, a FEJESP organizou o primeiro ENEJ, em São Paulo, unindo empresários juniores de todo o Brasil. Já em agosto de 2003, foi criada a Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior), durante o 6º ENEJ. E em 2016, um dos maiores marcos do MEJ, se deu com a criação da lei nº 13.267, de 6 de abril de 2016, a “Lei Empresa Júnior”.

Atualmente, em tempos de globalização, nas quais as mudanças ocorrem de forma acelerada, principalmente no âmbito tecnológico e profissional, o perfil dos profissionais vem sendo muito impactado, e o modelo de Empresa Júnior se apresenta como uma ferramenta para complementação da construção de competências e habilidades que são essenciais nos profissionais do futuro.

A participação em uma EJ propicia para seus membros uma vivência empresarial, ainda na graduação. Dentro de uma EJ o aluno aprende de forma prática, realizando projetos para clientes reais, e não apenas teorizando, e desse modo aprofundando seu conhecimento.

Como citado, um dos maiores marcos para o Movimento Empresa Júnior no Brasil ocorreu em 2006, começando a ser guiado pela LEI Nº 13.267, DE 6 DE ABRIL DE 2016, a “Lei Empresa Júnior”, que traz no seu Art. 2º, a seguinte sentença:

Considera-se empresa júnior a entidade organizada nos termos desta Lei, sob a forma de associação civil gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação de instituições de ensino superior, com o propósito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos associados, capacitando-os para o mercado de trabalho (BRASIL, 2016).

Por essa definição e a própria atuação da Empresa Júnior, essa é caracterizada como ator do Terceiro Setor. As EJ possuem professores como tutores, mas, a organização em si é administrada pelos alunos, com todos os projetos sendo executados e geridos por eles, e quando necessário, são assinados por professores, enquanto representantes legais, com registro profissional para atuarem na determinada área, como é o caso de cursos como Direito e Engenharia, com a aprovação na OAB (Ordem dos Advogados do Brasil) e o Cadastro Regional de Engenharia e Arquitetura (CREA), respectivamente. Apesar de vinculadas a uma IES e a pelo menos um curso de graduação, as EJs possuem gestão interna autônoma em relação à direção da faculdade, ao centro acadêmico e a qualquer outra entidade acadêmica.

A Brasil Júnior (2020b) aponta ainda que apesar do Movimento ter sido originado na França, um fato a ser destacado está no Brasil ser considerado o embaixador nos demais países, como nos Estados Unidos, que no ano de 2017 criou sua primeira Empresa Júnior. Além disso, apesar do pioneirismo europeu com a Jade (Confederação Europeia de Empresas Juniores), a organização mais forte do MEJ, e que apresentou maior crescimento nos últimos anos é a Brasil Júnior. Segundo dados da Brasil Júnior (2020b), o rendimento das Empresas Juniores para a economia do país no ano de 2016 havia sido de R\$ 11 milhões, passando a ser de R\$ 45 milhões no ano de 2019, demonstrando assim, alto crescimento.

A participação nas Empresas Juniores é uma ótima experiência dado o teor teórico que os curso de Relações Internacionais por vezes possuem. Contudo, é necessário realizar um questionamento com relação às atividades praticadas dentro das Empresas Juniores e aos conteúdos aprendidos no curso de Relações Internacionais: até que ponto as atividades exercidas, e os conteúdos aprendidos dentro de sala de aula são de fato complementares? É possível observar hoje, que as atividades praticadas dentro dessas empresas são por vezes mais relacionadas com a área de Comércio Exterior. No entanto, apesar de Comércio Internacional ser abrangido por Relações Internacionais, existem ainda diversas outras áreas de conhecimento envolvidas no curso. Dessa forma, as

Empresas Juniores dentro do curso de Relações Internacionais podem estar sendo pouco eficazes ao colocar em prática efetivamente os aprendizados da sala de aula.

Coelho e Videira (2017) realizaram um estudo sobre a relevância da extensão universitária a partir da Global Jr. ESPM-SP, a fim de avaliar o papel de uma Empresa Júnior no desenvolvimento de competências acadêmica e profissionais em graduandos de Relações Internacionais. O artigo identifica como perfil de formação do curso, a construção de profissionais associados à diplomacia corporativa, de acordo com o projeto pedagógico do mesmo (COELHO; VIDEIRA, 2017). A diplomacia corporativa é um segmento crescente nas relações internacionais do setor privado, o qual, pela ótica empresarial, se verifica a necessidade de estabelecer relações com demais empresas de um mesmo setor, ou de outros setores, a fim de realizar negociações, fechar acordos e/ou compromissos, manter e estabelecer relações com negócios de outros países. A criação da Global Jr. na ESPM-SP foi feita com o intuito de fazer com que os alunos do curso experimentassem, ainda dentro do ambiente universitário, atividades que possam vir a ser praticadas por eles no mercado de trabalho. Eles afirmam:

Assim, em 2013, a ESPM-SP, a partir de uma frente de trabalho constituída por docentes e discentes, criou a Global Jr., um empreendimento extensionista voltado ao desenvolvimento das competências do diplomata corporativo por meio da realização de projetos e proposição de soluções em internacionalização de empresas e de negócios. O objetivo mais explícito dessa iniciativa, manifestado em suas normativas (Resolução do curso e Regimento da empresa), é o de expor os alunos a um processo de aprendizagem experiencial, em que se espera que competências específicas sejam ativamente desenvolvidas e adquiridas (COELHO; VIDEIRA, 2017, p. 10).

Com a análise da criação da Global Jr. ESPM-SP, é possível notar que a mesma configura-se como bem articulada em conjunto com as necessidades do curso, com a grade curricular, e com o retrato que a instituição deseja formar seus alunos, visto que o delineamento de formação é associado à diplomacia corporativa, e a Empresa Júnior do curso exerce projetos como: inteligência de mercado, com o estudo dos fatores necessários para a inserção de uma empresa, ou de um nicho de empresas em algum mercado estrangeiro; planejamento estratégico de marketing internacional; e desenvolvimento de estratégias de internacionalização (COELHO; VIDEIRA, 2017). Contudo, abrangendo-se a análise, não se observa o mesmo para a maioria das Empresas Juniores de RI do Brasil, em que se percebe graduações com um perfil de formação de acadêmicos, e Empresas Juniores que realizam em sua maioria projetos relacionados ao comércio exterior.

3.1. O Perfil das Empresas Júniores de Relações Internacionais

Todas as Empresas Júniores dos cursos de Relações Internacionais catalogadas no presente trabalho possuem o caráter de “Consultoria Internacional”. Empresas Júniores, de forma geral e enquanto consultorias, elaboram os projetos, mas não os executam. Os serviços adquiridos são postos em prática pelos próprios contratantes. Dessa forma, por conta de as EJs de RI trabalharem com temas do além fronteira, sua característica é de uma Consultoria Internacional. Considerando as informações dadas nas entrevistas, os projetos entre as empresas podem variar, entretanto, a grande maioria está relacionado à: análise de viabilidade de importação e exportação, consultoria para inserção da empresa em um outro país, consultoria e análise para emissão de visto, consultoria e análise para retirada de dupla cidadania.

Visando analisar e entender o funcionamento de uma Empresa Júnior de Relações Internacionais, buscou-se trabalhos semelhantes ao realizado com a Global Jr. da ESPM-SP (COELHO; VIDEIRA, 2017), contudo, não foram encontrados. Como não existe uma base de dados unificada de onde se possa extrair informações sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil, foi então feita uma busca por estas EJs e aplicada uma entrevista por meio digital, através de web conferência na plataforma “*Google Hangouts*” de aproximadamente 1 hora, com um integrante de cada EJ que possuísse conhecimento suficiente da empresa para poder fornecer as informações desejadas. Os apêndices ao fim do trabalho possuem resumos das respostas fornecidas pelos representantes, expressando a ideia geral de cada resposta dada pelo entrevistado, e não as exatas palavras deste.

3.1.1. Catalogação das Empresas Júniores

Ao todos foram entrevistadas 22 Empresas Júniores, de 21 IES diferentes (Quadro 1). Foram ainda identificadas 5 iniciativas (Empresas Júniores que não possuem CNPJ), das quais também se obtiveram informações através de entrevistas, mas não foram utilizadas para produção dos dados do capítulo em questão.

Quadro 1. Informações das Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil participantes deste estudo.

Nome da Empresa Júnior	Abreviação	Instituição de Ensino Superior	Estado	Cidade
ACPE - Assessoria, Consultoria e Planejamento Econômico	ACPE	Universidade Federal de Uberlândia (UFU)	MG	Uberlândia
Arcádia Consultoria Internacional	Arcádia	Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)	RS	Pelotas
Argos Consultoria Internacional	Argos	Universidade Federal Fluminense (UFF)	RJ	Niterói
Atlântica Consultoria Internacional	Atlântica	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	RS	Porto Alegre
Brain Consultoria Júnior	Brain	Faculdade de Campinas (FACAMP)	SP	Campinas
CONEX - Consultoria em Negócios Exteriores	CONEX	Universidade Católica de Brasília (UCB)	DF	Brasília
Domani Consultoria Internacional	Domani	Universidade de Brasília (UnB)	DF	Brasília
Eleven Consultoria Internacional	Eleven	Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)	PB	João Pessoa
Expand Jr. Consultoria Internacional	Expand Jr.	Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	RJ	Rio de Janeiro
F5 Júnior - Consultoria Internacional	F5 Jr.	Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)	RS	Santa Maria
Firenze Empresa Júnior	Firenze	Universidade Federal de Goiás (UFG)	GO	Goiânia
Global Jr. ESPM Sul	Global Jr. RS	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)	RS	Porto Alegre
Ínteri Júnior - Associação Empresa Júnior de Relações Internacionais	Ínteri Jr.	Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD)	MS	Dourados
Líderi Jr. Consultoria Internacional	Líderi Jr.	Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	PB	João Pessoa
Orbe Consultoria Internacional	Orbe	Universidade Estadual Paulista (UNESP)	SP	São Paulo
Pangea Consultoria Internacional	Pangea	Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO)	GO	Goiânia
Prisma Consultoria Internacional	Prisma	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)	SP	São Paulo
Reina Consultoria Internacional	Reina	Universidade Federal de Sergipe (UFS)	SE	São Cristóvão
RI USP Empresa Júnior	RI USP EJ	Universidade de São Paulo (USP)	SP	São Paulo
Sage - Empresa Júnior de Relações Internacionais	Sage	Universidade Estadual Paulista (UNESP)	SP	Marília
TMC <i>International - Trade & Management Consulting</i>	TMC	Universidade Federal do Amapá (UFAP)	AP	Macapá
XPORT Jr. Consultoria e Suporte Internacional	XPORT Jr.	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)	RJ	Seropédica

Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo

3.1.2. Estrutura organizacional das empresas

Toda Empresa Júnior possui um regimento interno que determina a estrutura e o funcionamento interior de cada uma, tratando assuntos como a divisão de cargos, a forma de se portar, normas de vestuário e delimitação de funções. Os cargos da empresa são definidos por este documento, e as principais separações funcionais dos membros pertencentes a uma Empresa Júnior de Relações Internacionais é tida por: Diretores, Coordenadores ou Gerentes, e Assessores ou Consultores. Dentro de todas as Empresas Juniores, são encontradas diretorias, que por vezes possuem gerentes ou coordenadores, e abaixo destes os consultores ou assessores. A divisão de diretorias de cada EJ pode ser vista na Tabela 1 abaixo.

Tabela 1. Estrutura administrativa das Empresas Juniores participantes do estudo.

NOME DA EMPRESA	DIRETORIAS EXISTENTES
ACPE	Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Comercial e Marketing, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria Jurídico Financeiro, Diretoria de Projetos.
Arcádia	Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing e Comunicação, Diretoria de Projetos.
Argos	Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos e Negociação.
Atlântica	Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing.
Brain	Diretoria Executiva, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Projetos, Diretoria <i>Think Tank</i> .
CONEX	Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial e Negócios, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Projetos.

Domani	Presidência, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão (Gestão de Pessoas e Administrativo-Financeiro), Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos.
Eleven	Presidência Executiva, Presidência Organizacional, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos.
Expand Jr.	Diretoria Executiva (Presidência e Vice-Presidência), Diretoria de Comercial, Diretoria Jurídico Financeiro, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos, Diretoria de Recursos Humanos.
F5 Jr.	Presidência e Vice-presidência, Diretoria Administrativo Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos.
Firenze	Presidência Institucional, Presidência Organizacional, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Comunicação, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Projetos.
Global Jr. RS	Diretoria Presidente, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Marketing e Vendas, Diretoria de Projetos, Diretoria de Recursos Humanos.
Ínteri Jr.	Diretoria Presidente e Vice-Presidência, Diretoria Jurídico-Financeiro, Diretoria de Marketing, Diretoria de Recursos Humanos, Diretoria de Vendas e Projetos.
Líderi Jr.	Diretoria Presidente, Diretoria Comercial, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos.
Orbe	Diretoria Presidente, Vice-Presidência, Diretoria de Projetos e Diretoria de Mercado, Coordenadoria de Relação Comercial, Coordenadoria de Marketing, Coordenadoria de Recursos Humanos, Coordenadoria de Projeto Empresarial e Coordenadoria de Projeto Governamental.
Pangea	Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Marketing, Diretoria Institucional, Diretoria de Projetos, Recursos Humanos
Prisma	Diretoria Presidente, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Comunicação, Diretoria de Negócios, Diretoria de Recursos Humanos.

Reina	Diretoria Geral, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Projetos.
RI USP EJ	Diretoria de Presidência e Vice-Presidência, Diretoria Administrativa-Financeiro, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos, Diretoria de Recursos Humanos, Diretoria de Relações Públicas.
Sage	Presidência, Vice-Presidência, Diretoria de Comunicação (Vendas e Marketing), Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria Jurídico Financeiro, Diretoria de Projetos.
TMC	Diretoria Presidente, Diretoria Administrativo-Financeiro, Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing e Comercial, Diretoria de Projetos.
XPORT Jr.	Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Comunicação e Marketing, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Projetos.

Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

Verificando todas as diretorias existentes das EJs de RI, tem-se o nomes: Diretoria Administrativo-Financeiro; Diretoria de Gestão de Pessoas; Diretoria Jurídico Financeiro, Diretoria Comercial; Diretoria de Marketing; Diretoria de Projetos; Vice-Presidência; Diretoria de Comunicação; Diretoria Presidente; Diretoria Geral; Diretoria de Negócios; Diretoria de Gestão; Presidência Executiva; Presidência Organizacional; Diretoria de Recursos Humanos; Diretoria de Vendas e Projetos; Diretoria de Mercado; Diretoria *Think Tank*. Apesar das diferentes denominações existentes entre as empresas, é possível identificar e traçar similaridades dentro das diretorias listadas. Dessa forma, com a informações fornecidas pelos representantes, pode-se definir seções, alinhando a nomenclatura e as funções de cada diretoria, tendo:

- **Diretoria Geral (Presidência e Vice-Presidência):** responsável pela representação externa da Empresa Júnior; acompanhamento e alinhamento da equipe e das diretorias; moderação de reuniões e programações internas, assim como execução de projetos internos; busca por parcerias e capacitações para a empresa e/ou membros.

- **Diretoria Administrativo-Financeiro:** incumbida do controle do fluxo de caixa; contato com o contador da empresa; precificação de projetos; formulação e execução de contratos; manter atualizada a documentação da empresa.
- **Diretoria de Projetos:** encarregada de proposta de projetos; acompanhamento do andamento e estruturação de consultorias; delimitação de times para a execução dos serviços; manutenção da qualidade dos projetos; avaliação da inserção de novos projetos na carta de serviços; validação dos projetos já existentes; participação em reuniões de negociações com clientes quando necessário.
- **Diretoria de Gestão de Pessoas:** acompanhamento da equipe; planejamento de imersões e integrações; análise de clima organizacional; eleição e premiação de membros com maior desempenho; preparação para ajudar algum membro caso necessário; aplicação de capacitações; garantir e pensar estratégias para que cada membro esteja executando suas funções perto do máximo.
- **Diretoria de Comercial:** responsável pela prospecção ativa de clientes; contato e negociação com o cliente; venda de projetos; estudos e análises de tendências para definição do público-alvo; acompanhamento do funil de vendas.
- **Diretoria de Marketing:** responsável pela marca da empresa e identidade visual; administração de blog, site, redes sociais com planejamento de conteúdo e cronograma mensal destes; prospecção passiva, responsável pela análise de desempenho de campanhas e estratégias para atração de clientes.
- **Diretoria *Think Tank*:** área voltada à produção de resumos de análise de cenário, questões políticas, sociais, tecnológicas e culturais de países. É feito primeiro o relatório para posterior venda para empresas. Os relatórios tem o objetivo de servir para vários anos, e a função de servir de aprendizado para os membros mesmo sem a demanda primeira de um serviço. Tais relatórios além de serem vendidos, também podem ser utilizados em produtos futuros, para Planejamentos de Exportação e/ou Importação.

As diretorias mais comuns, existente em praticamente todas as EJs são: Diretoria Presidente, Diretoria de Projetos, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria

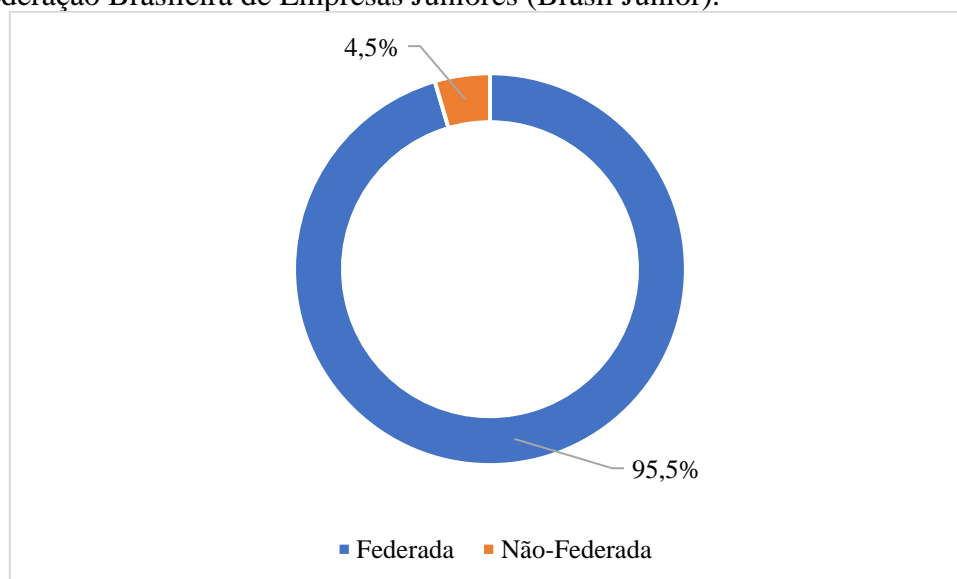
Comercial/Vendas, Diretoria de Marketing. E a Diretoria *Think Tank* é a menos comum, estando presente apenas da Empresa Júnior Brain.

3.1.3. Empresas federadas ou não federadas à Confederação Brasileira de Empresas Juniores

As Empresas Juniores podem ser divididas entre as não-federadas e as federadas. Estas últimas são associadas à Brasil Júnior, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, e à Federação de seu estado pertencente. As empresas associadas à Brasil Júnior precisam realizar uma série de procedimentos para atestar sua funcionabilidade e ordenamento burocrático, além de prestarem contas não apenas à sua faculdade ou à Receita Federal, mas também à Confederação. As empresas que fazem parte da Brasil Júnior são catalogadas, e dessa forma são mais facilmente encontradas, identificadas, e com maior disponibilidade de dados. Das 22 Empresas Juniores entrevistadas, 21 são federadas (95,5%) e 1 é não-federada (4,5%) (Figura 1).

Dentre os benefícios de ser uma EJ federada está um maior grau de institucionalização e a possibilidade de poder se beneficiar da credibilidade já desenvolvida por Empresas Juniores há mais tempo no mercado, além disso, o acompanhamento de perto por parte da federação, que resulta em uma consultoria presencial para se atingir as metas, bem como trabalhar para solucionar problemas que a EJ possua, e ainda a participação em eventos com grandes nomes do empreendedorismo.

Figura 1. Demonstrativo de Empresas Juniores de Relações Internacionais associadas à Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior).

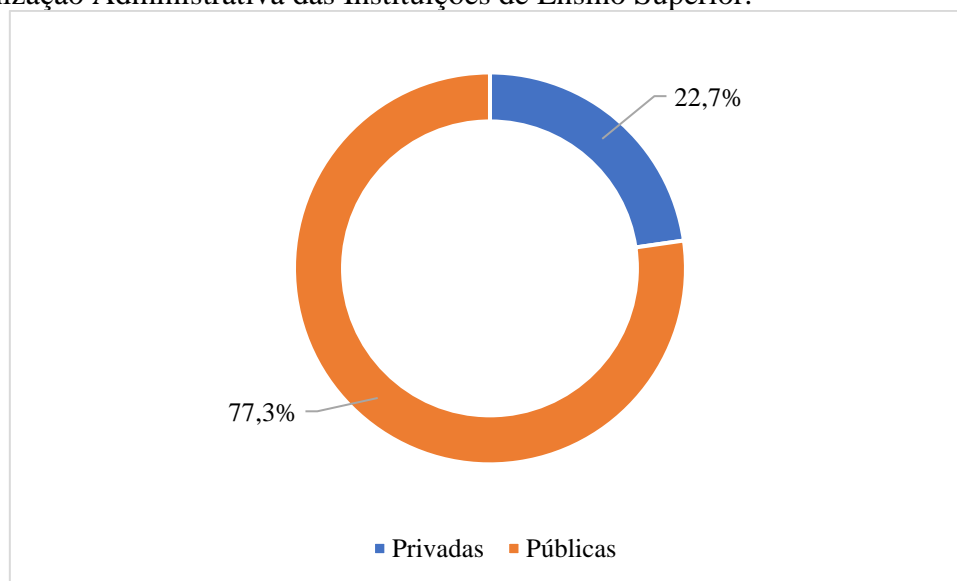


Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

3.1.4. Instituições de Ensino Superior Privadas ou Públicas

Um dado a ser analisado é a quantidade de EJs de RI que estão inseridas nas instituições de acordo com sua Categoria e Organização acadêmica. Em 2017, 82,78% dos cursos de RI estavam inseridos em Instituições Privadas com ou sem fins lucrativos, enquanto 17,22% encontravam-se em Instituições Públicas (MAIA, 2017, p. 10). Em relação às Empresas Juniores participantes, como demonstra a Figura 2, 77,3% das EJs estão inseridas em IES públicas, e 22,7% em IES privadas.

Figura 2. Demonstrativo das Empresas Juniores de Relações Internacionais por Organização Administrativa das Instituições de Ensino Superior.

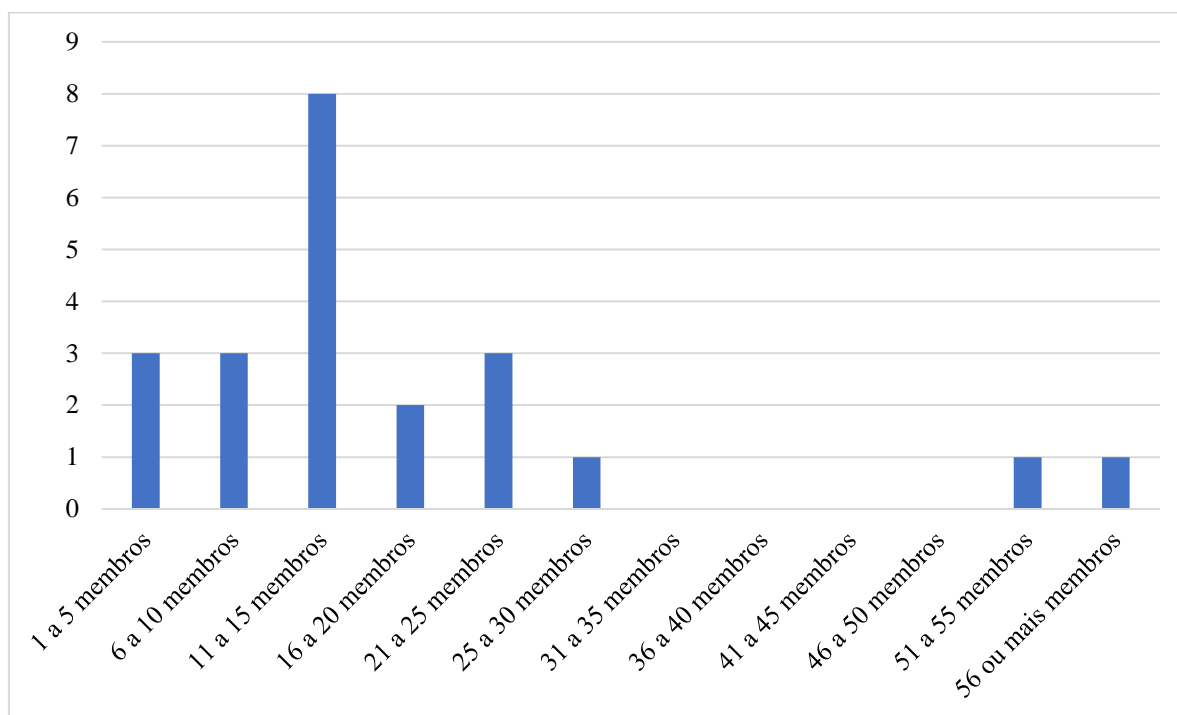


Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

3.1.5. Número de Membros

O número de membros em uma EJ variou de 4 a 57. Os membros da EJ são alunos que cursam a faculdade em que a EJ está inserida, e que são admitidos por meio de um processo seletivo para atuar na empresa. Dependendo da EJ, alunos não apenas de RI podem se candidatar para serem membros e participantes da Empresa Júnior, mas também de outros cursos. Das Empresas Juniores entrevistadas, três tem entre 1 a 5 membros (13,6%); três tem entre 6 a 10 membros (13,6%); oito tem entre 11 a 15 membros (36,4%); duas tem entre 16 a 20 membros (9,1%); três tem entre 21 e 25 membros (13,6%); uma tem de 25 a 30 membros (4,5%); não existe nenhuma Empresa Júnior no intervalo entre 31 até 50 membros (0%); uma EJ tem de 51 a 55 membros (4,5%); e uma (4,5%) tem mais de 56 membros (Figura 3). É possível perceber que EJs de RI com mais de 31 membros são casos atípicos, o mais comum é que EJs de RI tenham até 30 membros, e boa parte delas têm entre 11 e 15 membros.

Figura 3. Demonstrativo do número de membros das Empresas Juniores de Relações Internacionais.

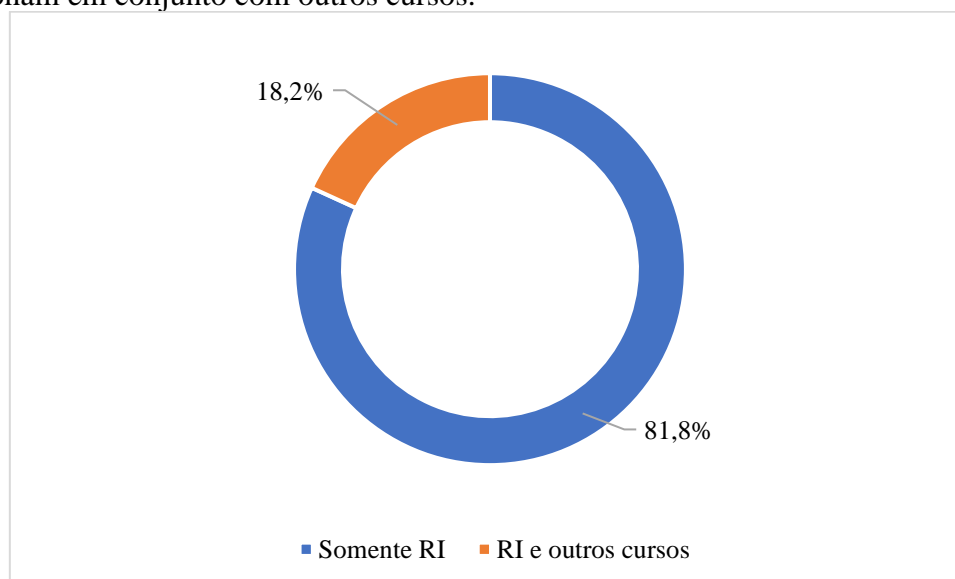


Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

3.1.6. Demais cursos que fazem parte

Das empresas analisadas, como pode-se deduzir, todas tem membros que são alunos de RI. Contudo, outros cursos também estão atuando em conjunto com tais alunos. Ao todo foram identificadas quatro (18,2%) Empresas Juniores que possuem membros de outros cursos (Figura 4). Demais cursos que podem ser encontrados fazendo parte de EJs de RI são: Direito, Economia, Marketing, Administração, Publicidade e Propaganda. E algumas EJs não tem restrição de curso, de modo que qualquer discente participante da faculdade possa participar da EJ.

Figura 4. Demonstrativo de Empresas Juniores de Relações Internacionais que funcionam em conjunto com outros cursos.



Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

Essa presença de alunos de outros cursos, além de RI, no corpo de contribuintes da empresa acaba resultando em uma maior gama de projetos oferecidos pela mesma. Dentro do universo de 18,2%, que representam as quatro EJs de RI que possuem alunos de outros cursos em seu corpo de membros, três têm alunos do curso de Economia, dois têm alunos do curso de Administração, dois têm alunos do curso de Direito e dois têm alunos do curso de Publicidade e Propaganda.

É importante ressaltar que a presença de mais de um curso, que não Relações Internacionais, pode, em alguns casos, não ser necessariamente uma escolha da Empresa Júnior, mas sim, um reflexo da Instituição de Ensino Superior em que ela está inserida. Das quatro Empresas Juniores que aceitam alunos de outros cursos, duas são públicas e duas privadas. É interessante analisar o caso da ACPE na UFU, que começou como uma EJ de Economia e posteriormente foi permitido que os estudantes de Relações Internacionais fossem membros da empresa. Isso se deve ao fato de, na IES que está inserida, os cursos de RI e de Economia fazerem parte do mesmo Instituto, o Instituto de Economia e Relações Internacionais.

3.1.7. Projetos oferecidos pelas Empresas Juniores

Um ponto muito importante para as Empresas Juniores é o tipo de projetos que cada uma executa. Já que o propósito de uma EJ é pôr em prática aquilo aprendido em sala de aula, os projetos que a EJ realiza são de bastante importância para a instituição e

para os seus membros. Os projetos de cada uma das Empresas Juniores catalogadas podem ser vistos na Tabela 2.

Considerando as informações fornecidas pelos representantes, é possível elencar os projetos executados pelas Empresas Juniores em 3 grandes categorias: aqueles destinados à Pessoas Jurídicas, os remetidos à Pessoas Físicas e os para Entidades Públicas.

Tabela 2. Serviços oferecidos por cada Empresa Júnior.

NOME DA EMPRESA	SERVIÇOS OFERECIDOS
ACPE	Considerando apenas os serviços que seriam direcionados para RI têm-se os projetos chamado pela empresa de “Projetos de Comércio Exterior” dividido em 3 partes: Análise Mercadológica; Análise Logística e Análise Tributária.
Arcádia	Identificação de Mercado, Certificações e Premiações Internacionais, Identificação de Barreiras tarifárias e não tarifárias, Dupla cidadania, Visto e Passaporte.
Argos	Internacionalização de Empresas, Prospecção de Mercado, Pesquisa de Fornecedores, Visto, Análise de Cenário, Dupla Nacionalidade, Pesquisa de Compradores.
Atlântica	Serviços de Exportação: Análise de Viabilidade, Estudo Logístico-Burocrático; Serviços de Importação: Análise de redução de custos, Estudo Logístico-Burocrático.
Brain	Análise Mercadológica: Planejamento, Análise Concorrencial, Avaliação dos Riscos; Tradução, Análise de Tendências.
CONEX	Consultoria de Exportação e Importação, Prospecção Internacional, Comunicação Estratégica, Assessoria Internacional para obtenção de visto e dupla cidadania.
Domani	Estudo de Mercado, Promoção Comercial, Análise de Conjuntura Internacional, Marketing Internacional, Estudo Comercial, Viabilidade de Exportação, Planejamento Financeiro, Planejamento Logístico, Planejamento Burocrático, Inteligência Comercial.
Eleven	Assessoria Internacional (Dupla Cidadania e Visto), Tradução, Consultoria, Internacionalização de Ambientes, Gerenciamento de Mídias Digitais.

Expand Jr.	Estudo e Análise de Mercado, Dupla Nacionalidade Portuguesa, Passaporte Brasileiro, Prospecção Internacional de <i>Leads</i> , Captação de Recursos, Planejamento Logístico.
F5 Jr.	Análise de Negociação, Análise de Viabilidade, Tendência Internacionais, Análise Logística, Análise Tributária, Análise Mercadológica.
Firenze	Diagnóstico Firenze, Análise Logística, Análise de Mercado, Formação de Preço, Análise Burocrática, Prospecção Internacional, Dupla cidadania, Visto.
Global Jr. RS	Internacionalização, Pesquisa de Mercado Internacional, Estudo Burocrático, Análise Logística, Análise Cultura, Viabilidade Internacional, Plano de Marketing, Serviços de Tropicalização.
Ínteri Jr.	Diagnóstico de Maturidade Exportadora, Estudo de Mercado Alvo, Consultoria de Tributação, Planejamento Logístico, Análise Burocrática, Tradução e Intérprete, Representação Comercial, Captação de Recursos, Dupla nacionalidade e assessoria em vistos, Análise de Danos e Riscos.
Líderi	Análise Burocrática, Pesquisa de Mercado, Prospecção Internacional, Marketing Internacional.
Orbe	Identificação de Mercados, Estudo de Mercado, Análise Burocrática, Contatos Estratégicos, Guia do Investidor, Guia do Candidato, Internacionalização Municipal.
Pangea	Análise Mercadológica, Diagnóstico Pangea, Planejamento para Exportação e Importação, <i>International Business</i> , Autópsia de Mercado, Retirada de Visto e Dupla Cidadania.
Prisma	Identificação de Mercados, Análise de Mercado, Regulamentação e Tarifas, Lista de Compradores.
Reina	Pesquisa de Mercado, Análise Burocrática, Análise Logística, Análise Financeira, Prospecção de Contatos.
RI USP EJ	Pesquisa de Mercado, Análise Conjuntural, Análise Tributária, Análise Burocrática, Análise Concorrencial Estratégica, Mapeamento de Contatos, Dupla Cidadania Portuguesa.

Sage	Análise Estratégica de Mercado, Estudo de Legislação, Adequação de Embalagens, Viabilidade de Exportação, Traduções Gerais.
TMC	Consultoria para Exportação, Consultoria para Importação, Análise de Mercado, Prospecção de Clientes, Consultoria de Marketing Local, Auxílio à Dupla Cidadania, Consultoria para emissão de visto, Tradução de Documentos.
XPORT Jr.	Soluções em Importações, Soluções em Exportações, Análise de Mercado Internacional, Dupla Nacionalidade, Consultoria em Viagem: Visto e Passaporte.

Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

Analisando os projetos que são vendidos por cada uma das Empresas Juniores, são encontrados nomes diversos, que, por vezes remetem ao mesmo tipo de serviço. Sendo assim, analisando as cartas de serviços, considerando as informações e as descrições fornecidas pelos representantes das EJs e traçando as semelhanças daquilo que as empresas se prestam a fazer, é possível formar uma definição geral para os projetos das Empresas Juniores de Relações Internacionais.

3.1.7.1. Projetos para Pessoas Jurídicas

Os projetos dessa seção podem ser divididos em outros três grandes grupos de internacionalização de empresas: o Planejamento de Exportação, Planejamento de Importação e a Abertura de Filial em outro País. Cada um desses projetos pode ser dividido em várias fases, que juntos compõe uma consultoria completa, contudo, alguns destes estágios também tem o potencial de serem vendidos por grupos de serviços, ou como projetos separados, caso solicitado pelo contratante da EJ.

3.1.7.1.1. Planejamento de Exportação

Os projetos de Planejamento de Exportação são consultorias completas contendo o planejamento de todo o processo de exportação de um produto escolhido pelo cliente. O projeto compreende desde a averiguação da possibilidade, por parte da empresa, de realizar o processo de exportação, até a chegada no comprador final. São feitas pesquisas por mercados, buscas de compradores, planejamentos de gastos, estudos de produto e de marca, pesquisa de concorrentes e análises burocráticas, logísticas e de risco.

- **Análise de Viabilidade/Maturidade Exportadora:** auxílio para as empresas que desejam exportar seus produtos, mas não conhecem o processo de exportação, e não estão certas de suas capacidades e/ou possibilidades. É verificada a capacidade produtiva da empresa, possíveis melhorias em processos internos, metas e estratégias financeiras estabelecidas, e melhor forma de se realizar a expansão para mercado o internacional.
- **Busca por Mercado:** análise de mercados potenciais para o fornecimento de produtos do cliente. A seleção dos mercados é feita a partir de uma análise do setor produtivo da empresa e de barreiras tarifárias e não tarifárias dos países destino. É verificado também fatores macro e micro dos possíveis mercados de destino, levando em consideração o mercado onde a entrada do produto será de maior facilidade e/ou aceitabilidade. São identificados fatores mais amplos dos possíveis destinos, a exemplo de indicadores econômicos (PIB, população, inflação, taxa de câmbio...) e aspectos políticos (estabilidade política, forma de governo, políticas gerais governamentais pró-internacionalização). Além disso é levado em consideração aspectos mais específicos, como fatores concorrenciais, normatização, receptividade do produto no mercado selecionado ou ainda, aspectos culturais que podem dificultar a negociação.
- **Análise Burocrática:** levantamento de barreiras tarifárias e não tarifárias, incentivos fiscais e financeiros e regimes especiais de exportação com a finalidade de verificar a viabilidade burocrática do empreendimento. Nessa fase são considerados os maiores números possíveis de fatores externos necessários ao projeto de internacionalização relacionados à burocracia institucional. Dessa forma, é realizado o levantamento da documentação necessária para que o contratante da EJ possa prosseguir com o menor risco possível para o processo de exportação. É feito também o levantamento da documentação e de procedimentos necessários relacionados ao processo de exportação. Isso inclui desembaraço aduaneiro e regimes especiais de exportação, assim como os apontamentos para registros em órgãos competentes, quando necessário.

- **Análise Logística:** havendo um mercado de destino para o produto, aspectos estratégicos são analisados para direcionar o cliente para um processo assertivo. Realizando estudos sobre a melhor forma de executar a exportação, contando com as melhores opções de agenciamento de carga, vias e rotas de transporte, seguro, desembaraço e por quais meios e como o produto sairá do Brasil e chegará até o seu destino final. São compilados também contatos de despachantes e transportadoras. É estabelecido um contato prévio, para garantir a confiabilidade dos serviços, caso solicitado pelo contratante da EJ.
- **Análise Concorrencial:** consiste na busca e identificação de possíveis concorrentes do cliente no mercado alvo, buscando formas eficientes de estabelecer um bom posicionamento frente a concorrência, e forma efetivas de inserir o produto no mercado, a fim de se estabelecer melhor entre seu público-alvo.
- **Avaliação dos Riscos/Análise Cultural:** pesquisa para identificar possíveis adaptações necessárias ao produto do cliente, tornando a adaptação ao mercado externo mais descomplicada, evitando os choques culturais que podem vir a ocorrer, como a evasão de compra do produto por conta do número de itens existente no pacote, existência de um ingrediente rejeitável pelos consumidores do mercado, ou má interpretação de imagens na embalagem.
- **Pesquisa de Compradores:** busca por possíveis contatos interessados na efetivação da transação de compra do produto que o cliente tem interesse em exportar.
- **Planejamento Financeiro/Consultoria de tributação:** Avaliação da viabilidade financeira da transação, no qual é definido o melhor meio de pagamento e os *Incoterms*³ a serem utilizados, bem como a tributação que

³ *Incoterms* são os direitos e deveres dos compradores e dos vendedores dentro da estrutura de um contrato de exportação e importação. Estabelecendo pontos como: local de entrega da mercadoria, responsável pela contratação do seguro, pagamento do frete.

pode incidir sobre a carga, barreiras tarifárias e não tarifárias que podem incidir sobre o produto, e cálculo de custos que possam existir como frete de transporte, seguro e acondicionamento da carga.

- **Formação de Preço:** auxílio na formação de preço do produto a ser exportado, considerando não apenas os custos da operação, mas também aspectos locais, como o valor de produtos semelhantes no mercado internacional, custo de vida do local e ganho médio dos habitantes.
- **Estudo do Produto:** verificação das características necessárias para a aceitação do mercado de destino. São analisados fatores como: consumo do produto na região, ingredientes e substâncias utilizadas na produção do item; resistência do produto ao tempo de transporte.
- **Marketing Internacional:** estudo da melhor forma de inserção da marca do cliente no exterior. Para isso, é realizada uma análise do país no qual o cliente quer se inserir, verificando: costumes, padrões de consumo, formas de atrair a atenção, potencial público-alvo, concorrentes e formas de trabalhar estes aspectos. Algumas Empresas Juniores de Relações Internacionais trabalham em conjunto com as de outros cursos para que seja construída por estas a parte visual do site e do produto, com as alterações necessárias.
- **Adequação de Embalagens:** tradução da embalagem e indicação, quando necessário, da alteração de algum símbolo ou imagem que pode ser mal interpretado no destino de origem.
- **Promoção Comercial:** para empresas interessadas em agregar valor ao seu produto ou serviço, bem como aumentar a visibilidade da marca. A EJ traça um plano de ação para promoção do produto no mercado estrangeiro, compilando informações sobre selos e certificados que confirmam credibilidade internacional para o produto, além de listar feiras, exposições e competições cuja participação podem projetar a mercadoria para possíveis interessados, fornecendo insumos sobre os aspectos mais oportunos para tornar a mercadoria mais competitiva.

3.1.7.1.2. Planejamento de Importação

Os projetos de Planejamento de Importação são consultorias completas contendo o planejamento de todo o processo de importação de um produto escolhido pelo cliente. O projeto compreende desde a averiguação da possibilidade, por parte da empresa, de realizar o processo de importação, até a chegada em sua empresa. São feitas pesquisas por mercados, buscas de vendedores, planejamentos de gastos, análises burocráticas e logísticas. As etapas/projetos de Análise Logística, Análise Burocrática, Formação de Preço e Planejamento Financeiro/Consultoria de tributação do Planejamento de Exportação também se aplicam ao processo de importação, sendo apenas feitos os ajustes necessários para esse tipo de transação, além de outras fases próprias deste planejamento.

- **Redução de Custos:** análise e estudo dos custos atuais de produção e realização de cálculos par averiguar a possibilidade de diminuição dos custos através da importação do produto ou matéria prima.
- **Pesquisa de Fornecedores:** busca por possíveis contatos interessados na efetivação da transação de venda do produto que o cliente tem interesse em importar.

3.1.7.1.3 Abertura de Filial em outro País

Uma outra forma de internacionalização proposta pelas Empresas Juniores de Relações Internacionais é a abertura de filial de uma empresa em outro país, tanto levando uma empresa brasileira para o exterior, quanto trazendo uma empresa estrangeira para o Brasil. Os projetos de Abertura de Filial são consultorias completas contendo o planejamento de todo o processo de internacionalização da empresa do cliente. O projeto compreende desde a averiguação da possibilidade, por parte da empresa, de realizar o processo, até o formato da operação final. São feitas: Análise de Mercado/Viabilidade; Pesquisa de Mercado Análise de Ajuste Sociocultural; Identificação de Parceiros Comerciais/Operacionais; Análise de Requisitos Legais e Normativos; Análise e Planejamento Burocrático e Tributário; Análise Logística Plano de Negócios/ Planejamento Econômico das Operações; e Captação de Recursos Humanos.

- **Análise de Mercado/Viabilidade:** a partir da análise de mercado e viabilidade é possível conseguir informações a respeito do setor que o cliente atua, como o maior conhecimento do seu público-alvo, dos consumidores e de seus potenciais concorrentes, para identificar a viabilidade da inserção do cliente no mercado externo.
- **Pesquisa de Mercado:** a pesquisa de mercado é feita com o objetivo de entender como funciona o setor, identificando tendências, oportunidades e riscos que este oferece, bem como o hábito de consumo do público-alvo.
- **Análise de Ajuste Sociocultural:** pesquisa para identificar possíveis adaptações necessárias no produto ou serviço do cliente, para que assim o negócio do cliente consiga se adaptar ao mercado externo com mais facilidade. A análise também identifica o impacto que a inserção pode gerar em um diferente ambiente cultural, e as formas de fazer seu público-alvo adequar-se facilmente. Dessa forma, apontando alterações necessárias para que a empresa tenha maiores chances de sucesso ao se deparar com o mercado internacional.
- **Identificação de Parceiros Comerciais/Operacionais:** visa definir um modelo de negócio e identificar os parceiros que melhor irão se encaixar à atual circunstância da empresa, analisando preço e eficiência.
- **Análise de Requisitos Legais e Normativos:** consiste em um estudo a respeito das leis e normas para o início das operações em outro país, além de possíveis especificidades exigidas pelo Estado em questão, também verifica a existência de barreiras ou incentivos oferecidos pelos países envolvidos.
- **Análise e Planejamento Burocrático e Tributário:** objetiva elencar os documentos requeridos e estabelecer um passo-a-passo de como obter a documentação necessária para inserir-se no mercado internacional da forma desejada. Além de analisar a legislação tributária, como os impostos e taxas que devem ser pagas para concretizar o processo.

- **Análise Logística:** traça todo o processo logístico que vai ser necessário para a abertura da empresa em outro país, a decisão do local de inserção, a viabilidade de abertura do empreendimento no espaço, a transferência de objetos para o território, ou a aquisição destes no destino, mensurando assim a complexidade do processo, e depois desenvolvendo uma atividade logística eficiente.
- **Plano de Negócios/ Planejamento Econômico das Operações:** tem como objetivo a orientação de busca por informações sobre *stakeholders*, produtos, serviços e tópicos detalhados sobre o negócio, a fim de analisar a viabilidade econômica, financeira e mercadológica no processo desejado pelo cliente. É realizado também um planejamento Econômico de Operações e uma projeção de receitas e despesas estimadas para estabelecer o negócio e manter a sua situação econômica por um tempo delimitado.
- **Captação de Recursos Humanos:** consiste em fazer uma pesquisa com o objetivo de identificar potenciais parceiros para a captação de mão-de-obra, ou representantes para auxiliar na inserção da empresa no mercado externo.

3.1.7.1.4. Outros projetos para Pessoas Jurídicas

Existem ainda demais projetos, que não os Planejamentos de Exportação ou Importação e a Abertura de Filial em outro País que são destinados à Pessoa Jurídicas, sendo estes:

- **Análise de Tendências:** pesquisa mercadológica para encontrar mercados potenciais em ascensão, ou ainda, a percepção de técnicas inovadoras que são realizadas por outros países na produção ou venda de um item, e que podem ser trazidas para a empresa do cliente.
- **Análise de Negociação/Comunicação Estratégica/Representação Negocial:** auxílio aos clientes que necessitem de material de promoção para ser utilizado em negociações internacionais com compradores

estrangeiros do produto que há o desejo de internacionalizar. Além da preparação de materiais, a Empresa Júnior pode também atuar representando o produto de um cliente, em eventos nacionais ou internacionais, mesas de negociação, ou outros meios que o contratante não se sinta seguro em negociar por quaisquer motivos.

- **Internacionalização de Ambientes:** para empresas e estabelecimentos comerciais que desejam tornar o ambiente mais acessível e propício para o comparecimento de estrangeiros.

3.1.7.2. Projetos para Pessoas Físicas

Os projetos destinados para as Pessoas Físicas auxiliam no processo de retirada de visto, passaporte ou dupla cidadania, e serviços de tradução. Tais serviços são de baixo custo e normalmente abarcam estudantes.

- **Passaporte, Dupla Cidadania e Visto:** simplificação das burocracias para a retirada do passaporte, ou aquisição de dupla nacionalidade, ou ainda a facilitação e informação de dicas para retirada de visto de viagem, estudantil ou trabalho, garantindo a assertividade no passo a passo.
- **Tradução:** as traduções variam bastante, podendo ser para pessoas físicas ou pessoas jurídicas, mas, são direcionadas principalmente para pessoas físicas. São comuns as traduções de resumos, artigos, monografias, sites, cardápios e documentos. A tradução é oferecida mais comumente para português, inglês e espanhol.

3.1.7.3. Projetos para Órgãos Públicos

Os projetos dessa seção têm como principal foco aproximar os municípios do âmbito internacional. Das EJs participantes deste estudo, apenas a Orbe é fornecedora desse tipo de projeto.

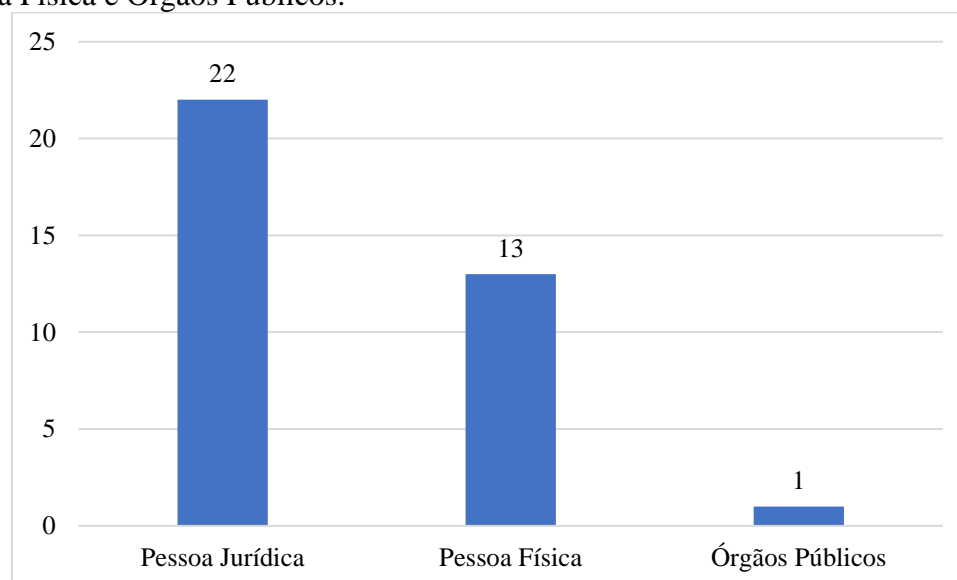
- **Internacionalização Municipal:** aplicação para diplomacia, na identificação de uma cidade-irmã no cenário internacional para que seja

possível firmar acordos de cooperação a fim de desenvolver aspectos internos, regionais e valores da localidade.

- **Atração de Investimentos:** identifica as vantagens competitivas, características demográficas, culturais e econômicas mais positivas de um município, a fim de atrair investidores nacionais e internacionais.

Como pode ser observado na Figura 5, todas (22) as Empresas Juniores de Relações Internacionais oferecem serviços para Pessoa Jurídica, 13 para Pessoas Físicas, e apenas 1 tem projetos direcionados para Órgãos Públicos em sua carta de serviços.

Figura 5. Quantitativo de Empresas Juniores que destinam serviços para Pessoa Jurídica, Pessoa Física e Órgãos Públicos.



Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

3.1.8. Faturamento e número de projetos das empresas no Triênio 2017-2019

No Quadro 2 tem-se, por ordem alfabética, as empresas com seus faturamentos e números de projetos do último triênio (2017, 2018 e 2019), além do ticket médio (o valor médio estimado por projeto ou serviço da EJ), de cada uma.

Um ponto para se atentar é na diferença de faturamento entre essas empresas, principalmente daquelas que vendem serviços para Pessoas Físicas, e aquelas que vendem apenas para Pessoas Jurídicas.

É natural imaginar que quanto maior o número de projetos de uma Empresa Júnior, mais faturamento ela terá, contudo, isso não é uma verdade absoluta. Isso ocorre

principalmente pela diferença de ticket médio que pode existir entre as empresas, que varia significativamente, principalmente considerando EJs que vendem projetos apenas para Pessoa Jurídicas, e as que vendem para Pessoa Jurídica e Pessoa Física.

Os preços praticados por uma Empresa Júnior são abaixo dos preços praticados por empresas do mesmo setor. Isso se dá para ajudar na competitividade, devido ao fato de que os projetos nas EJs são feitos exclusivamente por alunos, profissionais ainda em formação. E a manutenção desses preços abaixo do mercado é possível por conta dessas empresas possuírem custos de manutenção do CNPJ e das estruturas físicas reduzidos, sendo que o valor dos projetos é convertido majoritariamente para custear as despesas existentes da EJ (como a manutenção do CNPJ ou o pagamento e aluguel de uma sala particular para a prática de suas atividades) e pagar capacitações para os membros. A precificação de um projeto é dada basicamente pela hora de trabalho definida pela EJ por cada consultor, custos de transporte e escritório, e complexidade do projeto, que definirá o número de membros alocados.

Quadro 2. Faturamento e número de projetos das Empresas Juniores no triênio 2017-2019.

EMPRESA	FATURAMENTO NO TRIÊNIO	FATURAMENTO MÉDIO	TICKET MÉDIO DA EMPRESA	NÚMERO DE PROJETOS TRIÊNIO	MÉDIA DE PROJETOS TRIÊNIO
ACPE	2017 - R\$ 22.873,00	R\$ 43.828,63	R\$ 2.200,00	2017 - 7	17,7
	2018 - R\$ 45.835,07			2018 - 18	
	2019 - R\$ 62.777,81			2019 - 28	
Atlântica	2017 - R\$12.000,00	R\$ 4.830,00	R\$ 500,00	2017 - 2	2,7
	2018 - R\$ 1.000,00			2018 - 3	
	2019 - R\$ 1.490,00			2019 - 3	
Arcádia	2017 - R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 315,00	2017 - 0	0
	2018 - R\$ 0,00			2018 - 0	
	2019 - R\$ 0,00			2019 - 0	
Argos	2017 - R\$ 0,00	R\$ 1.015,00	R\$ 500,00	2017 - 0	3
	2018 - R\$1.800,00			2018 - 1	
	2019 - R\$ 3.045,00			2019 - 8	
Brain	2017 - Ainda não era fundada.	Não se aplica.	R\$ 600,00	2017 - 0	Não se aplica.
	2018 - Ainda não era fundada.			2018 - 0	
	2019 - R\$1.400,00			2019 - 1	
CONEX	2017 - R\$ 6.410,00	R\$ 6.753,33	R\$ 455,00	2017 - 10	21,3
	2018 - R\$ 12.030,00			2018 - 19	
	2019 - R\$ 1.820,00			2019 - 4	
Domani	2017 - R\$ 27.800,00	R\$ 35.220,00	R\$ 3.000,00	2017 - 31	25,7
	2018 - R\$ 20.500,00			2018 - 30	
	2019 - R\$ 57.360,00			2019 - 16	
Eleven	2017 - R\$ 437,00	R\$ 630,67	R\$ 150,00	2017 - 3	7
	2018 - R\$ 455,00			2018 - 7	
	2019 - R\$ 1.000,00			2019 - 11	
Expand Jr.	2017 - R\$ 2.092,00	R\$ 7.770,97	R\$ 500,00	2017 - 1	9
	2018 - R\$ 15.740,74			2018 - 15	
	2019 - R\$ 5.480,16			2019 - 11	

F5 Jr.	2017 – R\$ 0,00	R\$ 2.150,00	R\$ 1.200,00	2017 - 0	3
	2018 – R\$ 4.200,00			2018 - 4	
	2019 - R\$ 2.250,00			2019 - 5	
Firenze	2017 - R\$ 11.169,00	R\$ 4.072,33	R\$ 100,00	2017 - 15	6,7
	2018 - R\$ 948,00			2018 - 4	
	2019 - R\$ 100,00			2019 - 1	
Global Jr. RS	2017 - R\$ 8.460,00	R\$ 19.049,05	R\$ 6.000,00	2017 - 12	7,7
	2018 - R\$ 36.408,00			2018 - 8	
	2019 - R\$ 12.279,16			2019 - 3	
Ínteri Jr.	2017 - R\$ 5.274,80	R\$ 15.316,77	R\$ 1.000,00	2017 - 8	14,3
	2018 - R\$ 17.467,10			2018 - 15	
	2019 - R\$ 23.208,40			2019 - 20	
Líderi	2017 - R\$ 1.093,25	R\$ 3.340,77	R\$ 400,00	2017 - 2	8
	2018 - R\$ 1.388,19			2018 - 11	
	2019 - R\$ 7.540,87			2019 - 11	
Orbe	2017 - R\$ 400,00	R\$ 2.193,33	R\$ 500,00	2017 - 1	4
	2018 - R\$ 5.650,00			2018 - 10	
	2019 - R\$ 530,00			2019 - 1	
Prisma	2017 - R\$ 14.650,00	R\$ 8.930,33	R\$ 650,00	2017 - 10	6,3
	2018 - R\$ 6.500,00			2018 - 1	
	2019 - R\$ 5.641,93			2019 - 8	
Pangea	2017 - R\$ 0,00	R\$ 1.833,33	R\$ 1.000,00	2017 - 0	1,7
	2018 - R\$ 0,00			2018 - 0	
	2019 - R\$ 5.500,00			2019 - 5	
Reina	2017 - R\$ 6.657,00	R\$ 7.392,00	R\$ 450,00	2017 - 9	14
	2018 - R\$ 5.023,20			2018 - 10	
	2019 - R\$ 10.496,00			2019 - 23	
RI USP EJ	2017 - R\$ 2.100,00	R\$ 2.933,33	R\$ 1.750,00	2017 - 1	1,333333333
	2018 - R\$ 2.300,00			2018 - 1	
	2019 - R\$ 4.400,00			2019 - 2	
Sage	2017 - R\$ 4.511,00	R\$ 7.653,47	R\$ 1.000,00	2017 - 5	7
	2018 - R\$ 7.885,02			2018 - 7	
	2019 - R\$ 10.564,38			2019 - 9	

TMC	2017 - Ainda não era fundada.	Não se aplica.	R\$ 600,00	2017 - 0	Não se aplica.
	2018 - Fundada no final de agosto.			2018 - 0	
	2019 - R\$ 10.190,00			2019 - 17	
XPORT Jr.	2017 - R\$ 15.607,98	R\$ 11.493,03	R\$ 500,00	2017 - 8	17
	2018 - R\$ 5.585,80			2018 - 13	
	2019 - R\$ 13.285,31			2019 - 30	

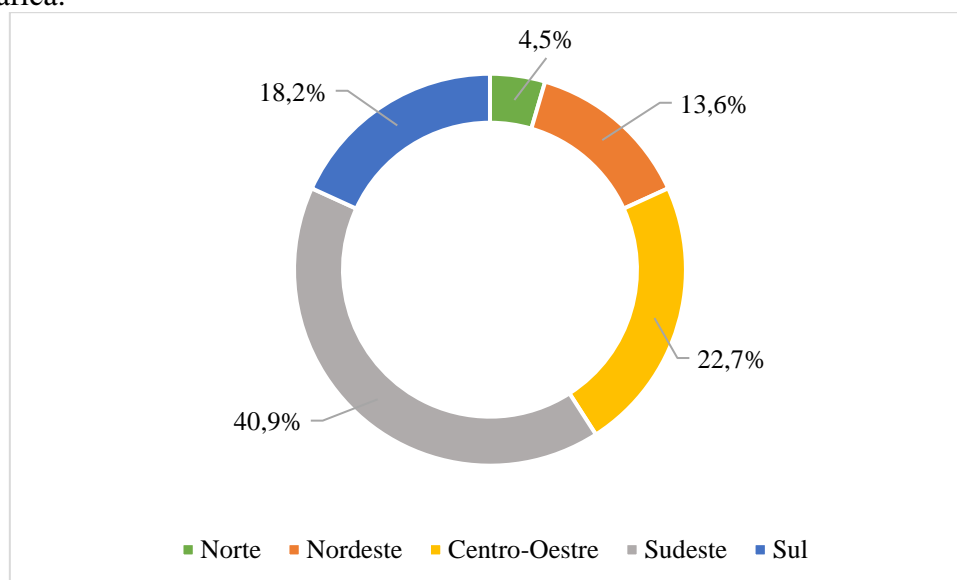
Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

3.1.9. Divisão das EJs por região e estados da federação

É possível verificar a existência de EJs de RI em todas as regiões do Brasil. Há uma maior concentração de empresas na região Sudeste e baixa representação da região Norte, conforme pode ser visto na Figura 6. A presença de Empresas Juniores de RI por território brasileiro também coincide com o número de cursos de RI por localidade do país, como mostrado por Maia (2017), havendo apenas uma alteração na ordem da região Sul com a Centro-Oeste.

Os cursos de relações internacionais estão distribuídos de forma irregular no território brasileiro. A maior concentração de oferta está na região Sudeste com o número de 83 cursos (55%). Em ordem decrescente o Sul oferece 32 cursos (21%), o Centro Oeste 16 cursos (10%), o Nordeste 12 cursos (8%) e o Norte 7 cursos (5%) (MAIA, 2017, p. 10).

Figura 6. Distribuição das Empresas Juniores de Relações Internacionais por região geográfica.

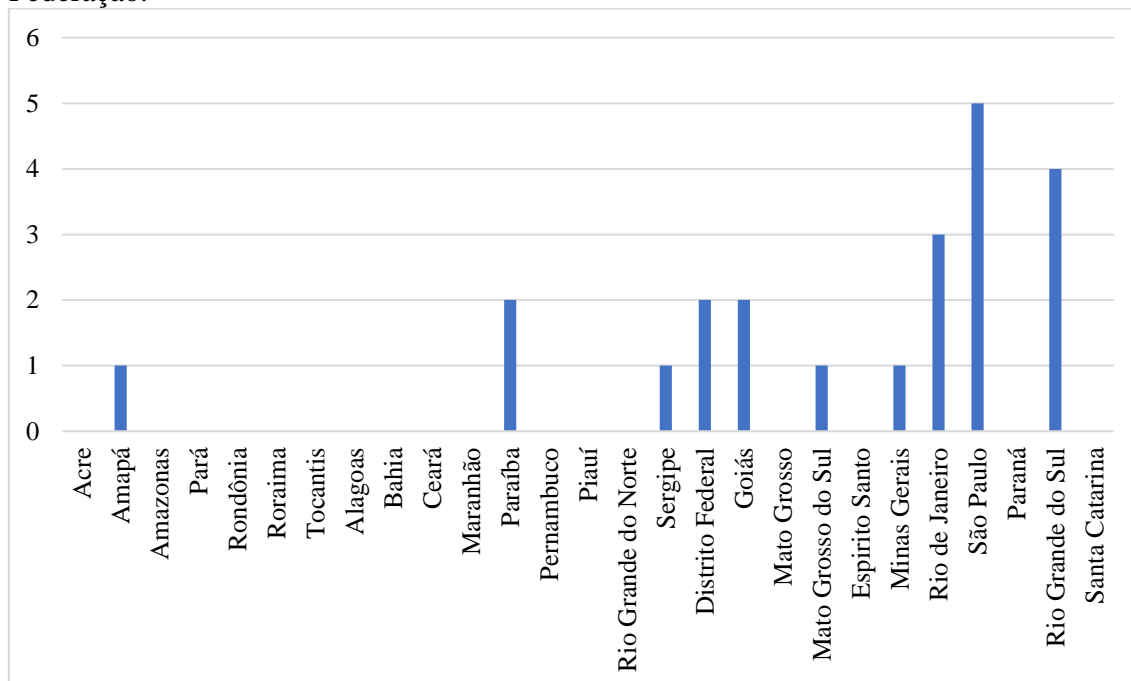


Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

Realizando uma análise por unidades federativas, verifica-se que das EJs catalogadas: uma está no Amapá, duas estão na Paraíba, uma em Sergipe, duas no Distrito Federal, duas em Goiás uma no Mato Grosso do Sul, uma em Minas Gerais, três no Rio de Janeiro, cinco em São Paulo; e quatro no Rio Grande do Sul, como apresentado na Figura 7. Os estados: Acre, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima, Tocantins, Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte, Mato Grosso, Espírito Santo, Paraná e Santa Catarina (15 estados) não possuem Empresas Juniores de Relações Internacionais. Ademais, é importante analisar quantos dos estados

que não possuem Empresas Juniores também não possuem cursos de Relações Internacionais.

Figura 7. Distribuição das Empresas Juniores de Relações Internacionais por Estado da Federação.



Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

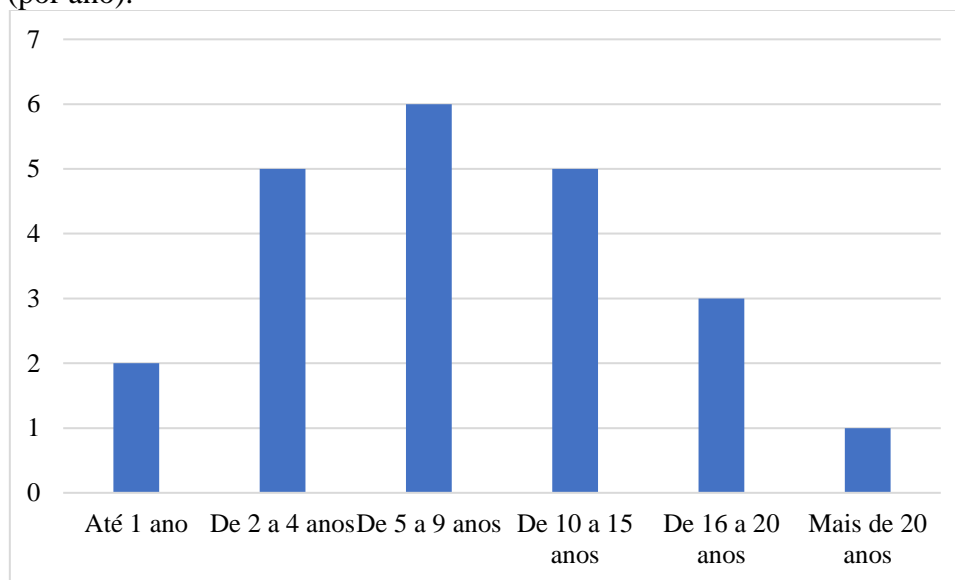
Segundo Maia (2017), que demonstra a distribuição dos cursos de Relações Internacionais das regiões geográficas do Brasil e por estado da federação, os estados, do Amazonas, Pará, Roraima, Tocantins, Bahia, Ceará, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Espírito Santo e Paraná já possuíam cursos de Relações Internacionais até 2017, mas não foram encontradas Empresas Juniores neles. Cada estado possui sua Federação de Empresas Juniores, dessa forma, a federação que mais possui membros é a Federação de Empresas Juniores do Estado de São Paulo (FEJESP).

3.1.10. Tempo de existência

Assim como o primeiro curso de RI do Brasil a surgir foi o curso de RI da UnB, a primeira Empresa Júnior de RI a ser fundada no Brasil foi a deste curso. Ao todo, a Empresa Júnior existe há 25 anos, já tendo suas atividades paralisadas por alguns momentos durante sua história, contudo, existindo com o mesmo CNPJ até hoje (APÊNDICE VIII, Domani, Pergunta 1).

Assim como há uma expansão no número de cursos de Relações Internacionais no Brasil, é cada vez mais comum a aparição de novas Empresas Juniores do âmbito. Das EJs catalogadas, duas têm até 1 ano de criação, cinco têm de 2 a 4 anos, seis têm de 5 a 9 anos, cinco tem de 10 a 15 anos, três tem de 16 a 20 anos, e apenas uma tem mais de 20 anos, como indicado na Figura 8.

Figura 8. Tempo de existência das Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil (por ano).



Fonte: Elaboração próprias através de pesquisa de campo.

3.1.11. Existência ou não de espaço individual cedido pela universidade

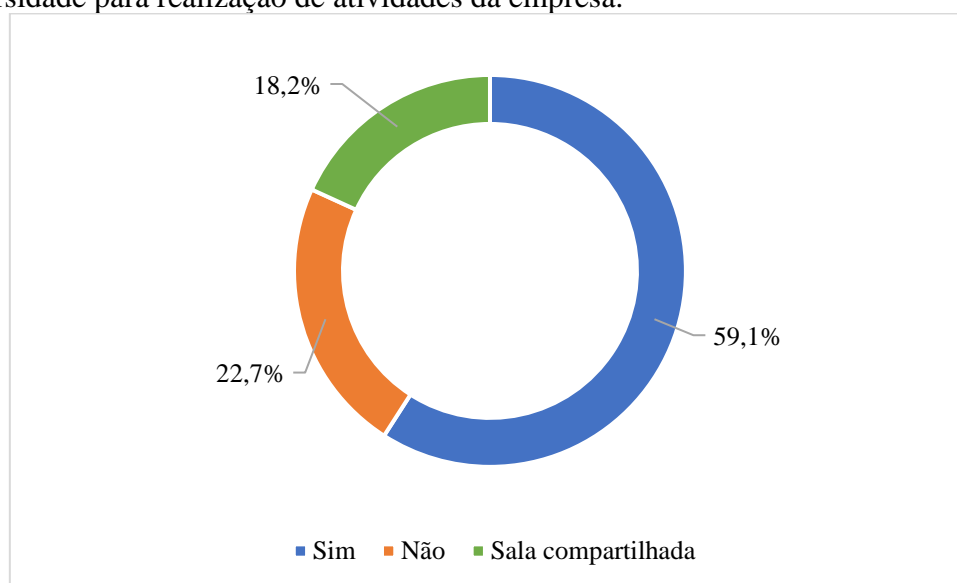
As Empresas Juniores não precisam ter obrigatoriamente uma sede física para funcionar. Nem todas as Empresas Juniores possuem uma sala, ou um espaço individual cedido pela IES. Para poderem atuar, ou até mesmo para existir, uma Empresa Júnior tem que estar associadas à uma Instituição de Ensino Superior.

§ 3º A instituição de ensino superior é autorizada a ceder espaço físico a título gratuito, dentro da própria instituição, que servirá de sede para as atividades de assessoria e consultoria geridas pelos estudantes empresários juniores (BRASIL, 2016).

Dessa forma, com a IES sendo autorizada, porém não obrigada a ceder um espaço físico para o funcionamento da EJ, algumas acabam não tendo local para realizarem suas atividades. Assim, são obrigados a realizarem suas atividades de forma puramente remota, se valendo de recursos digitais e de *home office* para exercer suas funções. Estas empresas se utilizam de espaços físicos da IES apenas em alguns momentos, como para a realização de reuniões ou apresentações de projeto para clientes.

Contudo, estar em posse de um espaço físico para exercer suas funções facilita muito o funcionamento de uma empresa. E, nesse aspecto, 59,1% das EJs de RI catalogadas possuem uma sede física individual cedida pela instituição que está inserida; 18,2% possuem um espaço físico compartilhado com outras EJs ou projetos da instituição; e 22,7% não possuem nem sede física individual, nem compartilhada, e realizam suas atividades de forma remota, reunindo-se somente quando estritamente necessário (Figura 9).

Figura 9. Demonstrativo de Empresas Juniores que possuem espaço físico cedido pela universidade para realização de atividades da empresa.



Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

3.1.12. Público-alvo da EJ

De forma geral, as EJs têm como público alvo os Microempreendedores Individuais (MEIs). Sendo esse o ecossistema que o MEJ consegue mais impactar, principalmente por conta da viabilidade e acessibilidade dada pelo custo de seus projetos (menor que o valor de mercado). As Empresas Juniores de RI não fogem dessa realidade. Todas (100%) das EJs de Relações Internacionais têm como seu público-alvo de micro à médias empresas. Particularmente para RI é simples verificar o motivo disso, já que grandes empresas normalmente já têm setores específicos da empresa direcionados para tratarem de assuntos internacionais, dessa forma não precisam necessariamente contratar uma EJ para realizar esses projetos de internacionalização ou de análise burocrática internacional. Algumas Empresas Juniores de RI, apesar de serem direcionadas para micro à médias empresas, elencam e/ou identificam particularidades para o seu público-

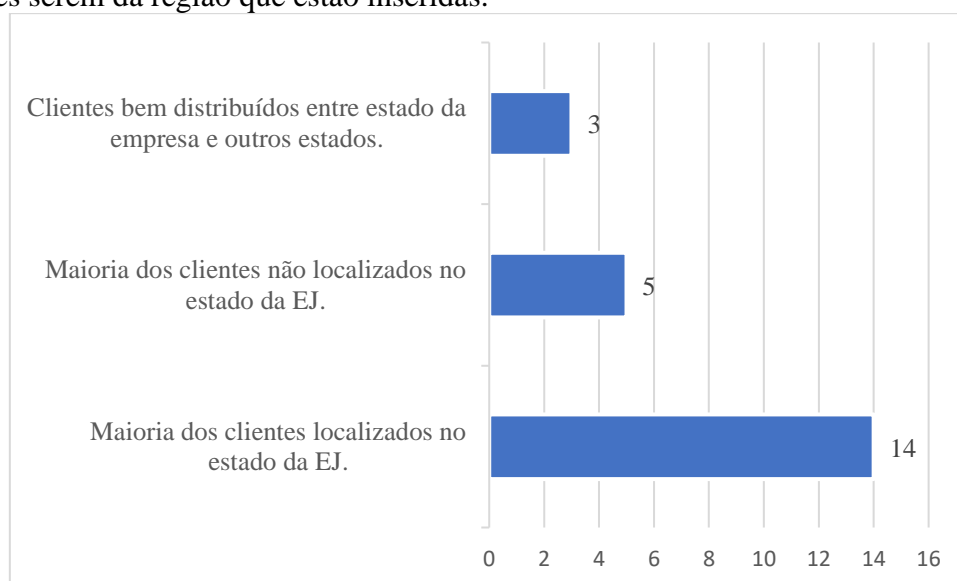
alvo, definindo um setor específico, como por exemplo: Micro à médias empresas do setor de alimentos, calçados, etc.

Além do público-alvo da Empresa Júnior, pode-se verificar também onde estão a maioria dos clientes de cada uma dessas empresas. Comumente, a maioria dos clientes de uma EJ de RI estão localizadas no estado dessa, como pode ser visto na Figura 10.

Existem duas formas de atrair clientes, a prospecção ativa e a prospecção passiva. A ativa consiste em a própria EJ, através de ligações e envio de e-mails, encontrar empresas clientes que tenham interesse em adquirir seus serviços. E a passiva é quando os potenciais clientes, por meio diversos, como a indicação direta de pessoa para pessoa, ou através de anúncios, chegam até a Empresa Júnior, com o intuito de contratá-la.

A maioria das EJs têm como método principal de obtenção de clientes a prospecção ativa, e é mais fácil praticar esta prospecção em empresas da região onde se está inserida. Esse ponto explica o fato de que a maior parte dos clientes são do local da EJ. Ademais, as Empresas Juniores que também se utilizam da Prospecção Passiva, conseguem atingir também clientes de outras áreas e regiões.

Figura 10. Quantitativo das Empresas Juniores que responderam sobre a maioria dos seus clientes serem da região que estão inseridas.



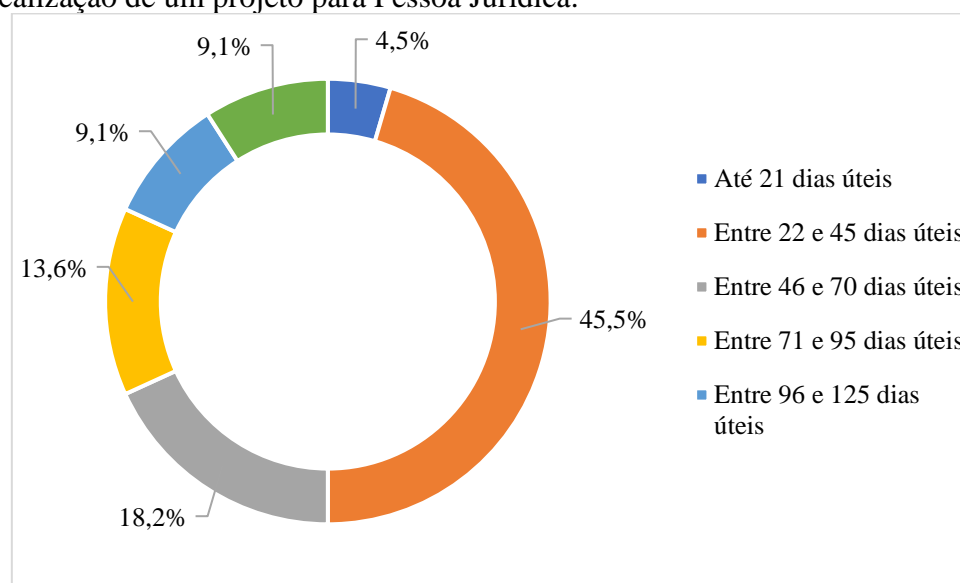
Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

3.1.13. Tempo médio de um projeto

O tempo médio de um projeto varia bastante, principalmente considerando o tipo deste. O tempo médio para a realização de projetos das EJ de RI, considerando os

direcionados para Pessoas Jurídicas é de até 21 dias úteis para 4,5% das Empresas Juniores entrevistadas; de 22 a 45 dias úteis para 45,5%; 46 a 70 dias úteis para 18,2%; 71 a 95 dias úteis para 13,6% das EJs; 96 a 125 dias úteis para 9,1%; e 9,1% não estipularam um tempo médio para a realização de seus projetos para PJ, como mostra a Figura 11. Com relação aos projetos direcionados para as Pessoas Físicas, foi informado que existem muitas nuances e particularidades de cada cliente para cada projeto, não sendo possível delimitar um tempo médio para estes projetos.

Figura 11. Porcentagem de Empresas Juniores de acordo com o tempo médio estimado para realização de um projeto para Pessoa Jurídica.



Fonte: Elaboração própria através de pesquisa de campo.

4. O VÍNCULO ENTRE A EMPRESA JÚNIOR E O CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

As Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) do curso de Relações Internacionais determinam competências, habilidades e eixos de formação estruturantes que direcionam os cursos do país para os pontos que devem ser seguidos no currículo. A Resolução aprovada pelo Conselho Nacional de Educação em 06 de julho de 2017 esclarece que o objetivo do curso de Relações Internacionais é o de formar profissionais que possam exercer atividades com interface internacional em Organizações públicas e privadas (CNE, 2017). Considerando isso, uma das habilidades e competências para os cursos de Relações Internacionais é: “VI - Capacidade de planejar e executar estrategicamente a internacionalização de organizações de diferentes tipos” (CNE, 2017). Sobre o Eixo de Formação profissional, a resolução afirma:

III – Eixo de Formação voltado à atividade profissional: Estudos ou atividades práticas (organizados em disciplinas ou atividades optativas), de caráter transversal e interdisciplinar, para o enriquecimento do perfil do egresso. Incluem atividades laboratoriais de simulações de negociações, simulações históricas; exercícios de construção de cenários prospectivos; exercícios de análise de conjuntura; conteúdos voltados para a elaboração, acompanhamento e avaliação de projetos de cooperação técnica; conteúdos voltados aos aspectos interculturais e para o aprimoramento de habilidades interpessoais (CNE, 2017).

Todos os cursos de RI no Brasil têm as diretrizes curriculares como obrigatórias, contudo, muitos planos foram elaborados anteriores à existência destes direcionamentos. Dessa forma, após sua implementação, precisaram se adaptar e relativizar algumas das competências, não sendo possível a inserção por completo de todas as condutas declaradas hoje.

As habilidades e competências devem ser desenvolvidas ao longo do curso através das disciplinas tanto de forma direta quanto indireta. É possível identificar uma relação existente entre o desenvolvimento da competência VI e do Eixo de Formação com as atividades exercidas dentro das Empresas Juniores de Relações Internacionais, principalmente considerando o planejamento e execução estratégica da internacionalização de organizações de caráter privado, principal projeto vendidos pelas EJs do curso.

Além das entrevistas individuais com um representante de cada empresa, aproveitou-se a oportunidade de realização do trabalho para aplicar um formulário, que pôde ser respondido por qualquer aluno de RI que fosse membro de uma Empresa Júnior,

com o intuito de obter mais respostas e informações sobre as EJs, em especial, sobre a visão dos membros com relação ao curso em que estão inseridos, e assim, entender melhor o vínculo entre a Empresa Júnior e o curso de Relações Internacionais.

4.1. Perfil das Respostas Obtidas

4.1.1. Empresas Juniores Respondentes

Nem todas as Empresas Juniores que foram catalogadas no presente trabalho tiveram membros respondentes ao questionário. Ao todo, 18 (81,8%) das empresas catalogadas; uma iniciativa e uma EJ não federada responderam ao questionário, contribuindo para as respostas em questão. Foram obtidas 86 respostas, sendo que a EJ que mais teve membros respondentes foi a Pangea, Empresa Júnior de Relações Internacionais da PUC-GO, com 10 (11,6%) das respostas do questionário, conforme pode ser visto na Tabela 3.

Tabela 3. Empresas que participaram das respostas do questionário, e a quantidade de membros respondentes (ordem alfabética).

NOME DA EMPRESA	NÚMERO DE MEMBROS RESPONDENTES	QUANTIDADE RELATIVA DE RESPOSTAS (%)
ACPE	7	8,1%
Argos	4	4,7%
Atlântica	8	9,3%
CONEX	2	2,3%
Expand	3	3,5%
F5	3	3,5%
Firenze	3	3,5%
Global	1	1,2%
Ínteri	1	1,2%
Itaca	1	1,2%
Líderi	8	9,3%
Orbe	2	2,3%
Pangea	10	11,6%
Prisma	4	4,7%

Reina	9	10,5%
RI USP Jr.	5	5,8%
Sage	7	8,1%
RIEX	1	1,2%
TMC	5	5,8%
XPORT Jr.	2	2,3%
TOTAL	86	100%

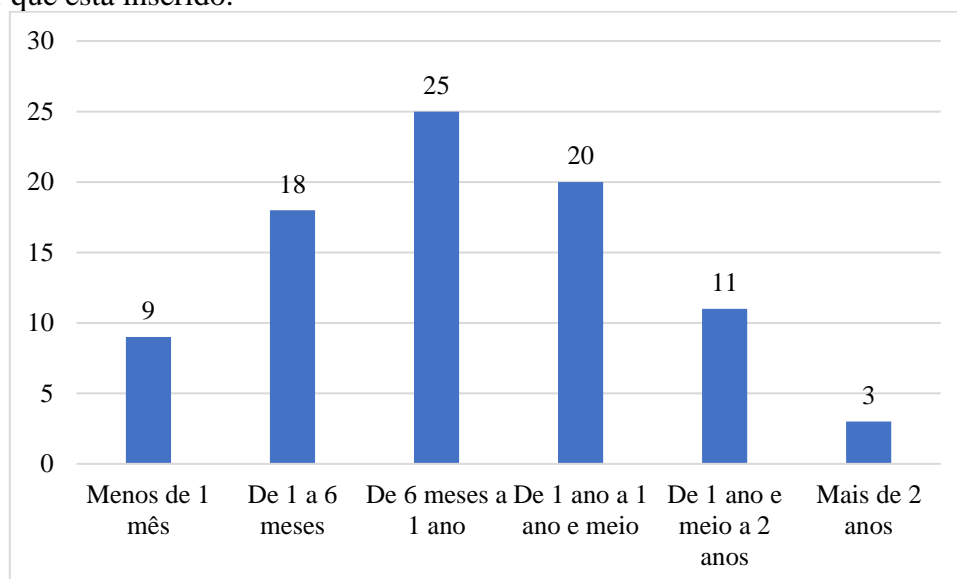
Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

4.1.2. Tempo na Empresa Júnior

As Empresas Juniores em geral têm uma alta rotatividade entre seus membros; esse ponto inclusive, é um fator que causa problemas dentro dessas, por conta da perda de informação, e das grandes mudanças que podem ocorrer em uma empresa de uma gestão para outra.

Normalmente, quanto mais tempo um membro faz parte de uma EJ, mais este entende sobre as características desta: as atividades e projetos vendidos, suas próprias funções e alinhamentos que tem a instituição, e o real significado e objetivo da empresa. Com o intuito de entender a maturidade daqueles que responderam os questionários, perguntou-se o tempo que estes estavam na Empresa Júnior. Dos membros que responderam ao questionário, 9 (10,5%) têm menos de 1 mês na empresa; 18 (20,9%) têm entre 1 e 6 meses; 25 (29,1%) têm de 6 meses a 1 ano; 20 (23,3%) têm de 1 ano a 1 ano e meio; aqueles que têm entre 1 ano e meio e 2 anos dentro da EJ correspondem a 11 (12,8%) dos respondentes; e 3 (3,5%) dos que responderam, estão há mais de 2 anos na Empresa Júnior, conforme pode ser visto na Figura 12.

Figura 12. Quantitativo de respostas obtidas por tempo de participação na Empresa Júnior que está inserido.

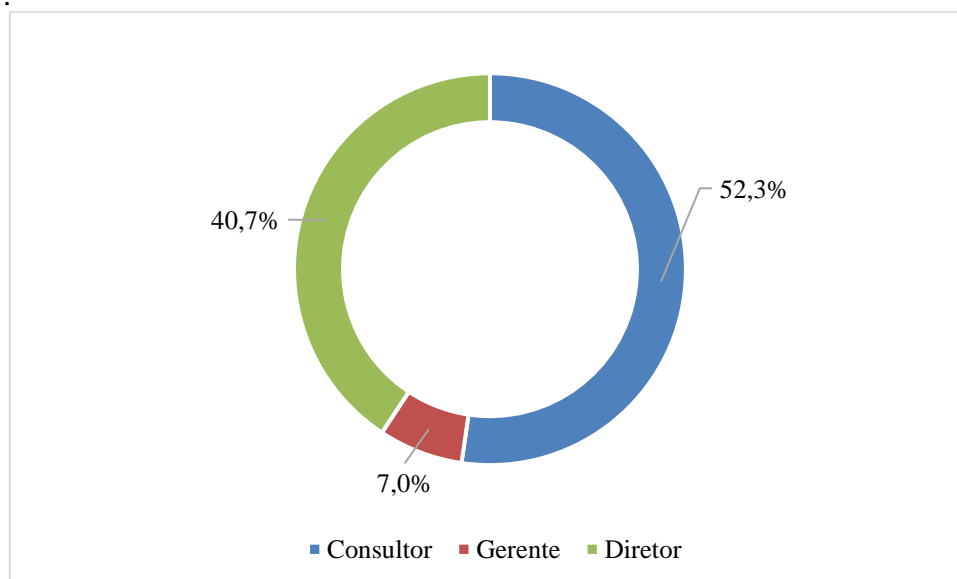


Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

4.1.3. Cargos Pertencentes

As Empresas Juniores usualmente possuem três grandes divisões, que consistem no seu “plano de carreira” e determinam a ordem de ascensão de um membro dentro dela. Quando efetivado na EJ o membro normalmente começa como Consultor (também chamado de Analista, Assistente ou Assessor), podendo ascender para Gerente (ou Coordenador) e por último Diretor. Das respostas obtidas no questionário, 52,3% foram de Consultores; 7% de Gerentes e 40,7% de Diretores, como é verificado na Figura 13.

Figura 13. Respostas obtidas de acordo com o grau de ocupação dentro da Empresa Júnior.



Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

4.1.4. Motivação para entrar na Empresa

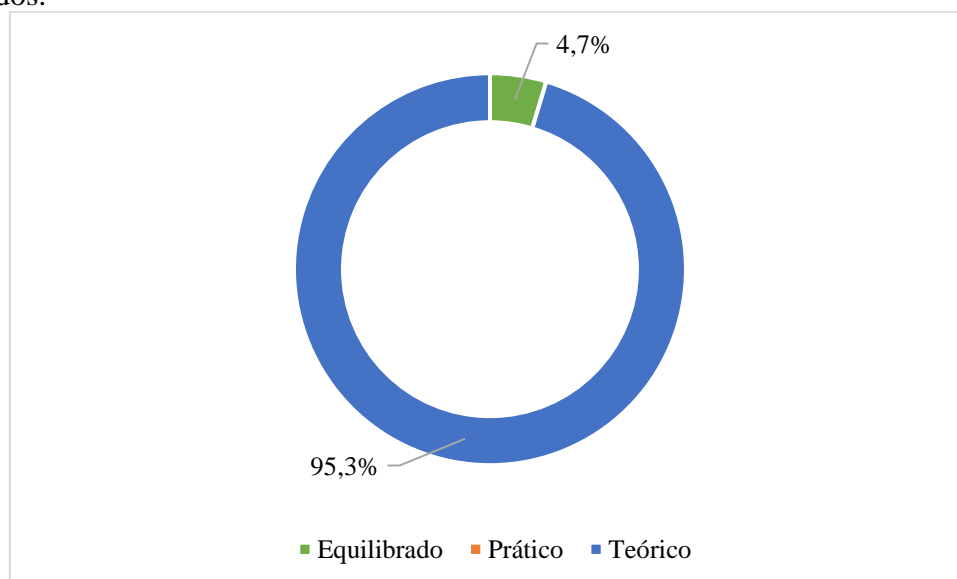
Grande parte dos representantes destacam que a falta de atividades práticas nos cursos de RI impulsionou a criação das EJs, como meio de suprir essa lacuna e pela necessidade de prover um diferencial para o destaque no mercado de trabalho.

A representante da CONEX, ao ser questionada sobre a maior motivação para que alguém entrasse na EJ respondeu que:

A principal motivação é a busca por uma atividade prática. Dentro do curso existe matéria de Comércio Exterior (COMEX) bem desenvolvida, que possui inclusive teor prático, contudo, a experiência do mercado de trabalho não é algo que a universidade consiga propiciar. Além disso, a matéria somente é ofertada no 4º semestre do curso, e muitos membros já participam da EJ em seu primeiro período. (APÊNDICE VII, CONEX, Pergunta 9).

Além dos representantes, os outros membros das empresas também foram questionados sobre o caráter teórico-prático do curso de RI em que a EJ está inserida. Destes, 95,3% responderam que o curso é teórico, enquanto 4,7% afirmaram que a quantidade de conhecimento prático e teórico era equilibrado. Nenhum dos entrevistados respondeu que seu curso possuía caráter predominantemente prático (Figura 14).

Figura 14. Percentual da consideração sobre a praticidade do curso de RI em que estão inseridos.



Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

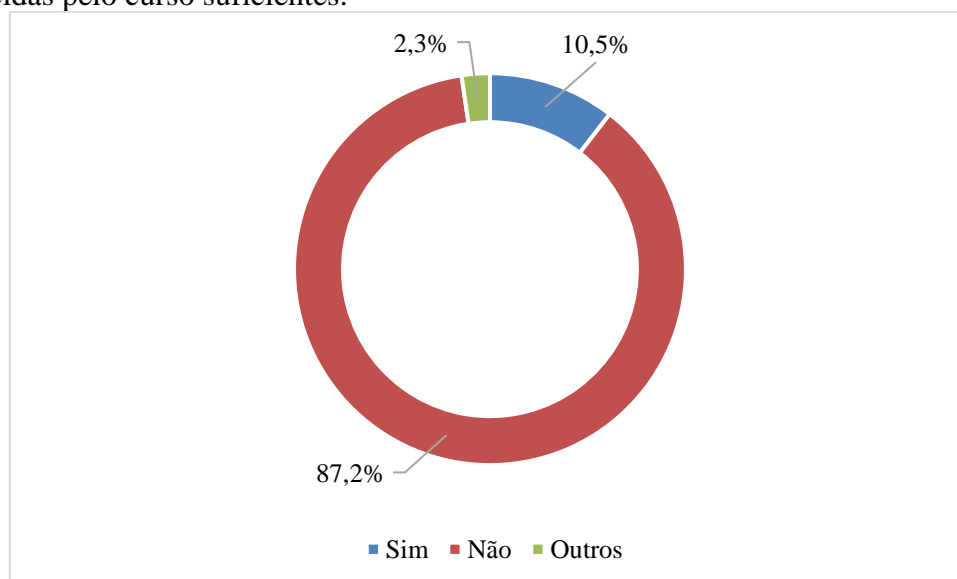
A maioria das empresas surgiram com a intenção de desenvolver o lado profissional dos estudantes, haja visto que o curso de RI, por ser extremamente abrangente, acaba por vezes sendo muito teórico. Assim, as Empresas Juniores de RI podem realizar o trabalho de intenção de internacionalização, direcionando empresas clientes para mercados em que elas possam vir a se internacionalizar e desenvolver as questões da atuação profissional da área.

A representante da Líderi ressalta esses fatores através do objetivo de sua EJ, que é o de:

Atualmente, é propiciar uma vivência empresarial para os membros, e tentar abranger uma parte do curso que é bastante deficitária. Além disso, tem como uma meta tornar o estado da Paraíba mais internacionalizado (APÊNDICE XV, Líderi, Pergunta 8).

Ainda sobre a baixa exploração de atividades práticas nos cursos de Relações Internacionais, a Figura 15 indica a avaliação em relação às atividades práticas que o curso oferece. Dos que responderam ao questionário, apenas 10,5% consideram que as atividades práticas são suficientes, 87,2% afirmaram que não são suficientes, e 2,3% responderam “Outros”, por considerarem não saberem ao certo.

Figura 15. Porcentagem de membros que consideram o número de atividades práticas oferecidas pelo curso suficientes.

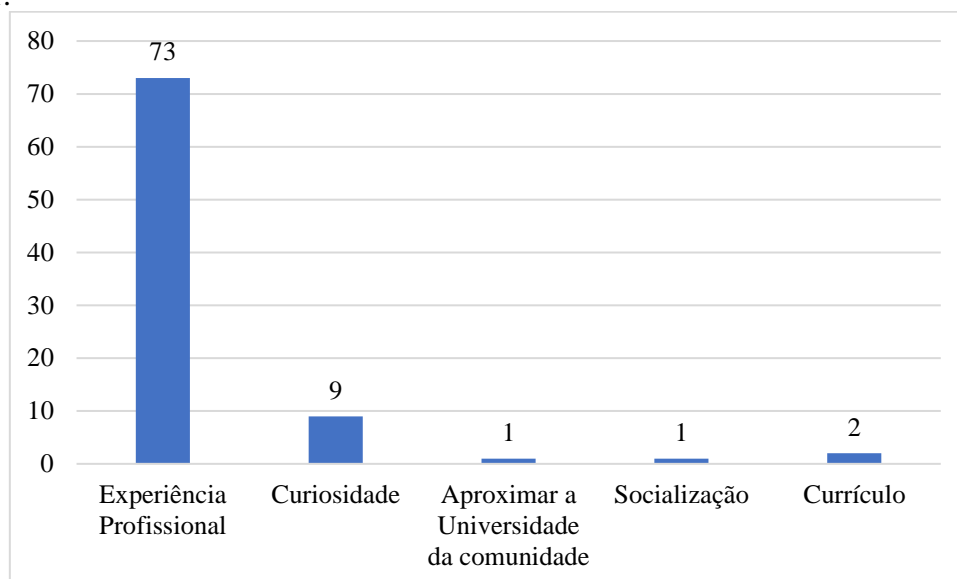


Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

Considerando esses pontos, a principal motivação para entrar na EJ não variou muito entre as respostas do questionário. A maioria (73) respondeu que a possibilidade de ter uma experiência profissional ainda na universidade foi o que mais atraiu para a participação na empresa.

Em relação ao objetivo de ter uma experiência profissional, foram destacados o conhecimento da dinâmica empresarial de uma possível área de atuação profissional futura e a realização de uma atividade mais prática dentro do curso; nove entrevistados responderam que a causa de entrarem na EJ foi a curiosidade de entender e participar do projeto. Apesar que adquirir experiência profissional também esteja relacionado ao incremento do currículo, dois membros especificaram isso em suas respostas. Um dos entrevistados respondeu que a socialização que a EJ lhe forneceria, contribuiria no desenvolvimento de *networking*, enquanto outro destacou que sua motivação para entrar na EJ foi aproximar a universidade da comunidade em que está inserida (Figura 16).

Figura 16. Quantitativo de respostas sobre a principal motivação para entrar na Empresa Júnior.



Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

A principal motivação dos alunos entrarem na EJ ser a aquisição de uma experiência profissional é entendível, considerando o viés teórico do curso e o fato de muitos alunos ficarem em dúvida sobre qual atividade profissional podem exercer no mercado de trabalho.

Pelas respostas e opiniões dos respondentes, é possível identificar que os estudantes de RI que buscam as Empresas Juniores visualizam a participação nas EJs como uma alternativa à participação em estágios. Com exceção das Empresa Juniores do estado de São Paulo, quando perguntados a respeito da oferta de estágios para os alunos de Relações Internacionais, alguns dos representantes das empresas mencionaram o fato de que era rara a oferta desse tipo de atividade aos estudante do curso, e quando havia, muitas das vezes as funções exercidas “não eram da área”. Por vezes, a oferta de estágios para alunos de RI encontra-se em empresas ou setores sem muita relação com o curso, como relata a representante da Arcádia:

[...] Frequentemente, os alunos de RI participam de estágios, porém estes não estão muito relacionados com a área, como: estágios em *startups*, agências, gerenciamentos de multas de trânsito e estágio em banco. Contudo, a função exercida pelos alunos nessas empresas se distancia daquilo aprendido em sala; apesar de competência profissionais aprendidas na EJ ajudarem nessas atividades (APÊNDICE III, Arcádia, Pergunta 8).

Obviamente, algumas das atividades de RI não se identificam com o aprendizado teórico desenvolvido no curso; apesar disso, o aprendizado em relação à atuação de uma empresa em si, à gestão e organização é prático e útil ao exercício de qualquer futura

atividade profissional. Tal ponto explica também a vontade dos membros de participarem da EJ, e a contribuição que a Empresa Júnior fornece para os egressos do curso.

4.1.5. Motivação para permanecer na EJ e Objetivo da EJ em que está inserido

Foram feitas ainda algumas perguntas que tiveram respostas mais subjetivas. Apesar de parecer controverso, quando questionados sobre o objetivo da EJ em que estão inseridos, as respostas obtidas foram bem variadas, assim como da motivação para permanecer na Empresa Júnior, não sendo possível a realização de um agrupamento pragmático.

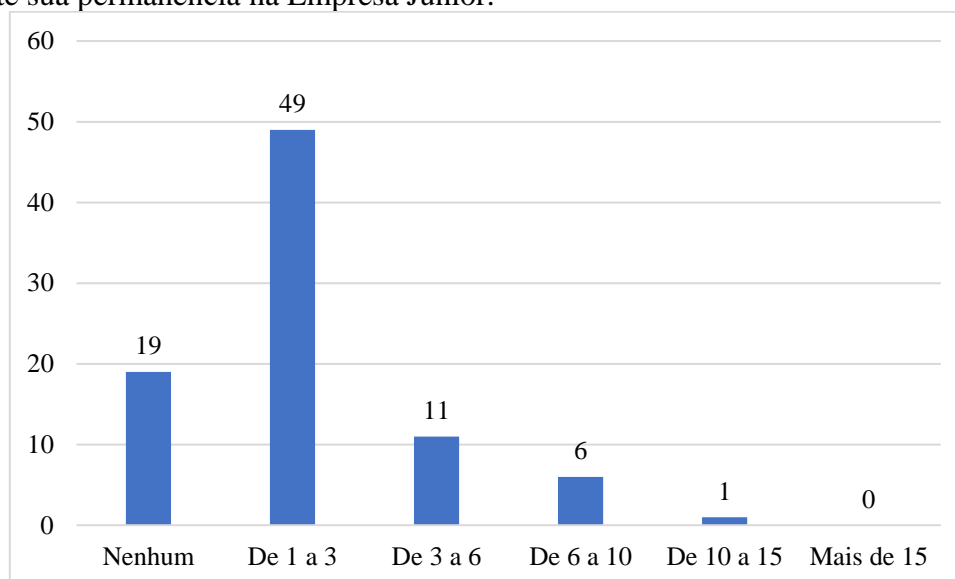
Com relação ao objetivo da EJ, apesar de serem colocados vários outros fatores, os pontos mais mencionados foram: capacitação e qualificação de seus membros para atuação no mercado de trabalho; auxiliar pequenas e médias empresas a realizarem o processo de exportação ou importação; efetuar projetos de impacto para seus clientes e conseguir impactar o ecossistema em que está inserido; e contribuir para que a EJ se torne uma referência.

No tocante à motivação para continuar na EJ, as razões mais informadas foram: obtenção de novos aprendizados; agregar ao currículo; sentimento de pertencimento à empresa; construção de *networking*; impactar no crescimento da EJ, realizando seu melhor trabalho e atingir positivamente as pessoas ao seu redor.

4.1.6. Projetos Realizados Pelos Respondentes

A experiência e vivência dos membros que responderam ao questionário foi verificada não apenas pelo tempo que atuam na EJ, mas também pela quantidade de projetos que já realizaram dentro dela. Com as respostas obtidas, verifica-se que a grande maioria realizou entre um e três projetos durante sua permanência na empresa (Figura 17). A baixa quantidade de projetos que um mesmo membro executou pode se dar por diversos fatores. O mais comum deles é o fato de que se tenta capacitar o maior número possível de membros dentro de uma EJ, dessa forma, várias das empresas tentam fazer com que todos executem projetos, fazendo uma rotatividade na alocação dos contribuintes por consultoria.

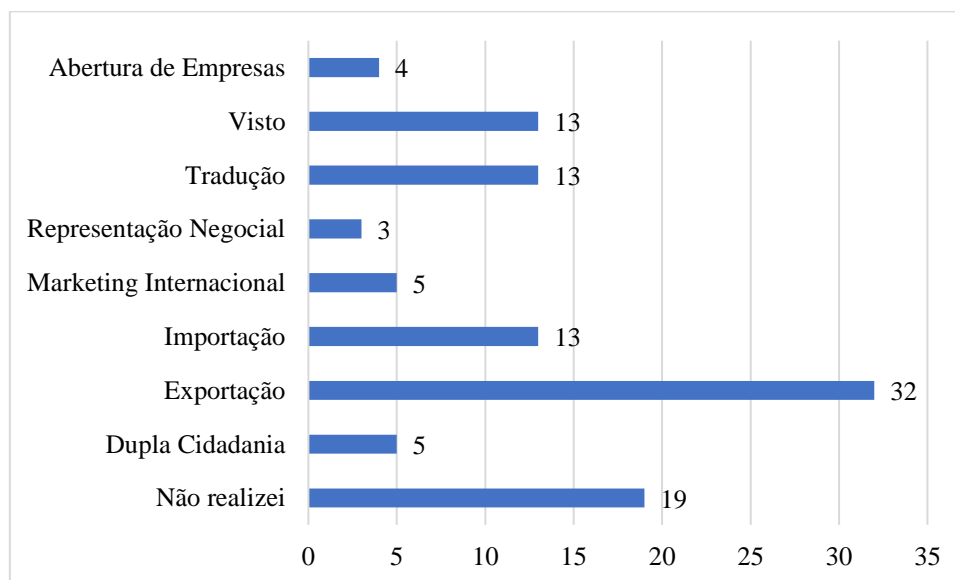
Figura 17. Quantitativo de membros de acordo com o número de projetos realizados durante sua permanência na Empresa Júnior.



Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

Na Figura 18 estão representados os projetos mais comuns que os entrevistados realizaram ao longo de sua permanência na EJ.

Figura 18. Quantitativo de respondentes que participaram de projetos relativos à cada tema.



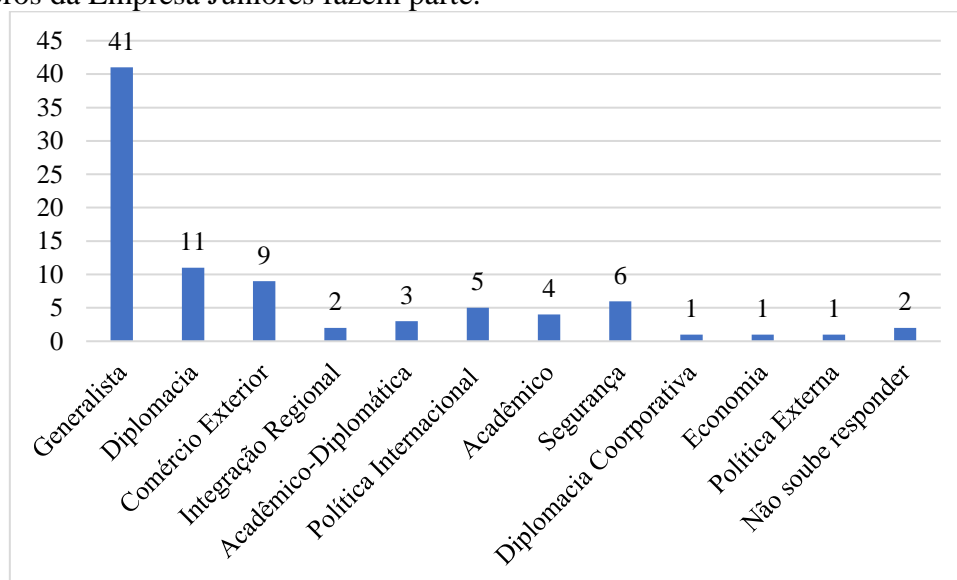
Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

A maioria dos questionados (37,2%) realizaram projetos relativos à exportação, o que reforça o fato de que as EJs de RI têm como principal projeto a consultoria internacional para exportação de produtos.

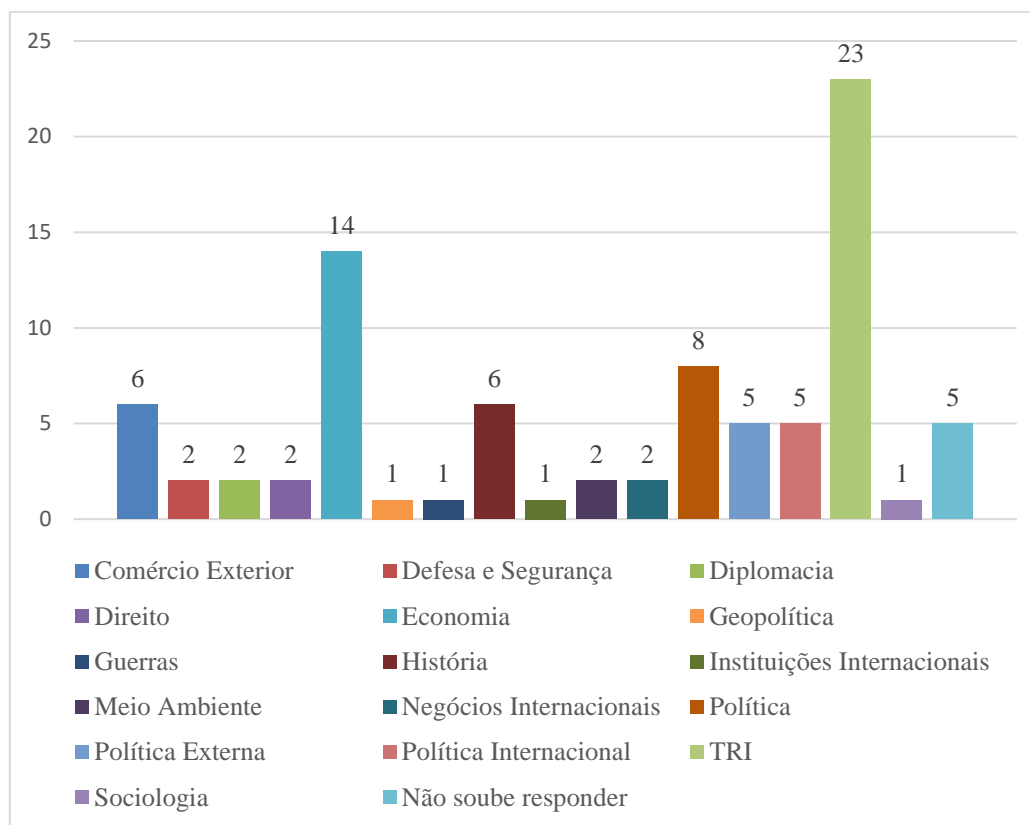
4.1.7. Perfil dos cursos inseridos

Os representantes responderam ainda sobre o perfil do seu curso, e sobre a predominância de disciplina nos currículos destes. A maior parte dos entrevistados (47,7%) respondeu que o curso no qual estão matriculados são generalistas, como demonstrado na Figura 19. E o maior número (26,7%) de respostas sobre a prevalência de disciplina nos currículos, indicou a dominância de disciplinas com temas das Relações Internacionais: Introdução às RI, Teoria das Relações Internacionais (TRI), seguido daquelas com temas da Economia (16,3%), como pode ser visto na Figura 20.

Figura 19. Quantitativo de respostas obtidas com relação ao perfil do curso que os membros da Empresa Juniores fazem parte.



Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

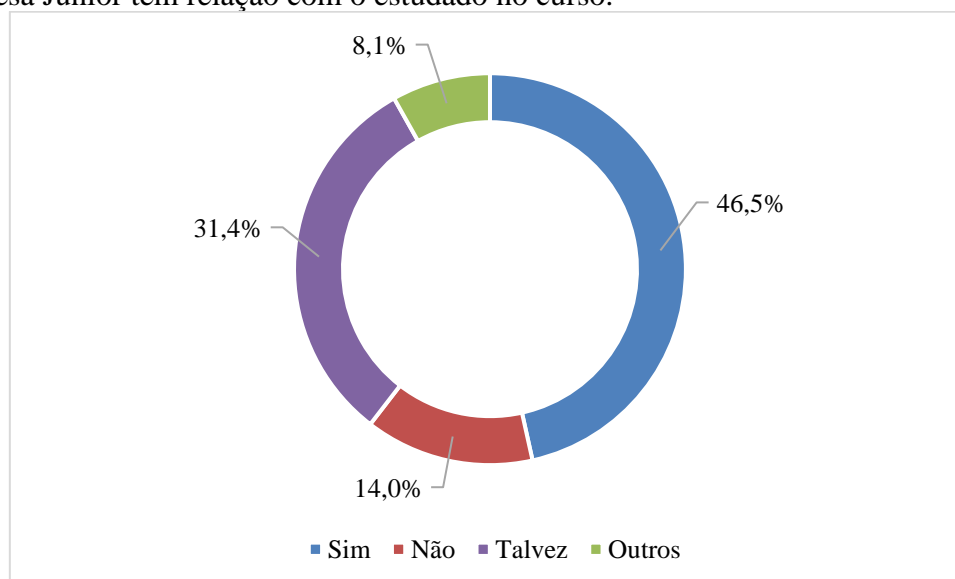
Figura 20. Quantitativo das matérias predominantes no curso.

Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

4.2. Relação da Empresa Júnior com o curso de Relações Internacionais

Para entender a relação da EJ de RI com o curso no qual ela está inserida, questionou-se diretamente aos membros se estes consideravam que os projetos realizados dentro da EJ têm relação com aquilo estudado no curso. O retorno obtido através dos questionários sobre a consideração de os projetos realizados dentro da EJ terem relação com o estudado dentro do curso foi: 46,5% que sim, existe relação entre as atividades feitas dentro da Empresa Júnior e as disciplinas vistas em sala de aula; 14% responderam que não tem relação, 31,4% responderam que talvez, não tendo muita certeza para afirmar a relação existente, e 8,1% respondeu “Outros”, sendo que estes justificaram que a relação entre os conteúdos de sala de aula e o que é feito na EJ é pouco. No total, 22,1% dos entrevistados consideram pouca ou nenhuma a relação das matérias com os projetos da EJ, como pode ser visto na Figura 21.

Figura 21. Porcentagem de pessoas que consideram que os projetos realizados dentro da Empresa Júnior têm relação com o estudado no curso.



Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

Quando questionados se consideravam alguma(s) disciplina(s) importante(s) e/ou necessária(s) para que seja possível a realização dos projetos de sua EJ, 17 (19,8%) dos respondentes informaram que não consideram que alguma matéria seja imprescindível, pois as disciplinas raramente se aprofundam o suficiente para ensinar o necessário para a realização dos projetos da EJ. As demais respostas obtidas variaram bastante com relação a quais matérias eram importantes ou necessárias, mas as que apareceram mais vezes nas respostas foram as disciplinas de Negociação, Logística, Administração Internacional, Comércio Internacional e Exterior, Economia e Marketing Internacional.

As matérias citadas acima como importantes por parte dos respondentes auxiliam na execução dos projetos por abordarem de forma mais específica temas e conteúdos que são utilizados na realização de serviços das EJs. Algumas dessas disciplinas também foram citadas por 4 (23,5%) dos 17 entrevistados que responderam que não existem disciplinas primordiais para a execução das atividades na Empresa Júnior, ponderando que tais cadeiras não são imprescindíveis, mas ajudam. Estes membros, de forma geral, justificaram que não consideram essas matérias fundamentais, porque já estão realizando projetos dentro da empresa, mesmo ainda não tendo visto as disciplinas.

Questionados especificamente sobre como as matérias ajudam e/ou influenciam na execução dos projetos, o mesmo quantitativo (17 pessoas) respondeu que acham que as disciplinas não contribuem, ou contribuem pouco. E respondendo especificamente sobre a forma pela qual as matérias auxiliam, informaram que: as disciplinas de Comércio Exterior e Internacional auxiliam propiciando uma noção sobre os funcionamentos do

mercado internacional, mas não abordam tanto sobre trâmites de exportação e importação e da regulação do comércio exterior. As disciplinas sobre Integração e Blocos Econômicos também foram mencionadas por conta do aprendizado com a dinâmica dos blocos, barreiras tarifárias e não-tarifárias. E disciplinas que envolvem estatística e economia fornecem conhecimentos aplicáveis à realização do serviço de pesquisas de mercado, fazendo observações e comparações de parâmetros internacionais.

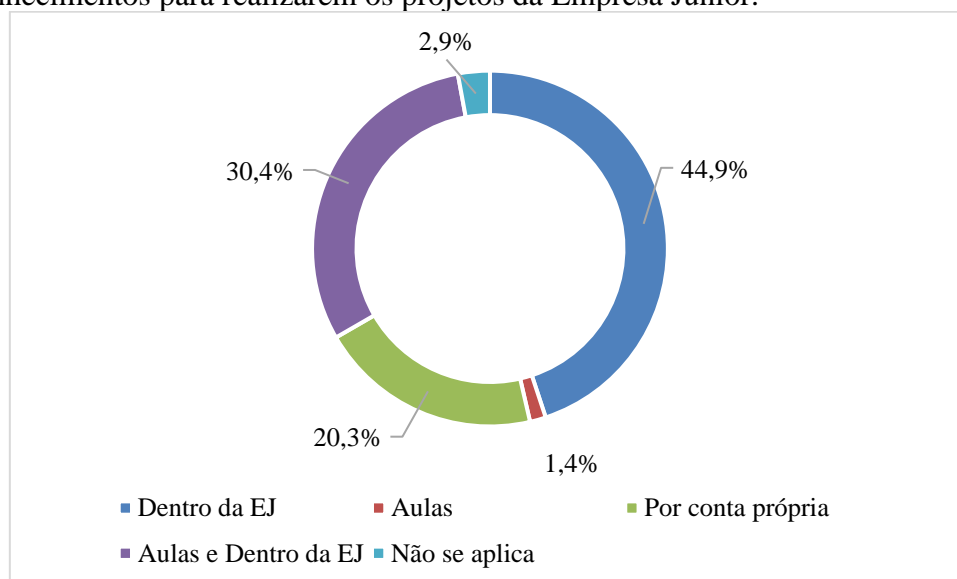
As respostas do questionário ressaltaram ainda a importância das disciplinas mais teóricas enquanto fornecedoras de base uma sólida, e formadoras de uma visão crítica nos alunos, que são diferenciais para a execução de boas consultorias na área. Além disso, é através delas que há um aprimoramento nos conhecimentos a respeito do panorama mundial, que propiciam análises mais assertivas para os projetos vendidos.

4.3. Aprendizados para a Realização de Projetos

Com relação às disciplinas do curso que contribuem para as atividades desenvolvidas pela Empresa Júnior, foi informado que elas estão principalmente em semestres mais avançados, ao final do curso, onde normalmente se concentram as atividades práticas de RI.

A pergunta não era obrigatória, considerando a possibilidade de o membro ainda não ter realizado projetos. Das respostas obtidas, a mais comum, com 31 retornos (44,9%), sobre a forma de aquisição do conhecimento necessário para a realização dos projetos da Empresa Júnior de Relações Internacionais, foi a que adquiriram o conhecimento por meio da participação na própria empresa, seja através de outros membros mais antigos, ou por meio de treinamentos e cursos de capacitação disponibilizados e/ou pagos pela EJ; a segunda mais comum, dita por 21 (30,4%) respondentes, foi que é uma junção de conhecimento adquiridos em sala de aula e na EJ; seguido pela obtenção do conhecimento por meio de pesquisas individuais, na internet, ou com materiais presentes no acervo da EJ (14 - 20,3%); uma pessoa (1,4%) respondeu que considerava o conhecimento adquirido mais provenientes de aulas; e 2,9% (2 respostas) disseram que “não se aplica”, pois ainda não realizaram projetos (Figura 22). A pergunta totalizou 69 respostas, 17 membros não responderam, provavelmente por não terem realizados projetos, e 2 respostas foram “Não se aplica”, totalizando 19 respostas não obtidas, que é o mesmo número de respostas de “Não realizei” da Figura 18.

Figura 22. Porcentagem de membros de acordo com a resposta sobre como adquiriram os conhecimentos para realizarem os projetos da Empresa Júnior.



Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

As respostas obtidas que citavam o aprendizado para realização de projetos através das aulas (em conjunto ou não com conhecimentos da Empresa Júnior), destacavam que os conhecimentos mais específicos eram tidos por meio de disciplinas de Comércio Exterior ou de Comércio Internacional, e que o conhecimento teórico que é adquirido no decorrer do curso serve como guia para a realização dos projetos.

Em contrapartida, o fato de que as matérias que ensinam diretamente conteúdos que podem ser utilizados na realização de projetos dentro das Empresas Juniores, estão localizados mais à frente no curso de Relações Internacionais, a entrada de novos membros para as EJs ocorre em grande parte ainda nos primeiros períodos. Dessa forma, o que sucede é que de fato os membros aprenderão a realizar os projetos dentro da própria empresa e não nas disciplinas, e quando os alunos veem a matéria que os auxiliaria a realizar projetos, ele já aprendeu dentro da empresa.

É bastante elucidativa a fala da representante da Ínteri, quando questionada de que forma considerava que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionavam:

As disciplinas do curso contribuem de maneira geral para a execução dos projetos, principalmente com análises e formas de pensar. E a participação na EJ ajuda os alunos a serem mais participativos e responsáveis com as disciplinas (Apêndice XIV, Ínteri, Pergunta 20).

Assim sendo, acaba ocorrendo uma questão mútua de contribuição, em que por vezes as disciplinas ajudam nas atividades da EJ. Por outro lado, a participação na

Empresa Júnior também ajuda muito nas disciplinas, pois os alunos membros podem contribuir substancialmente com as aulas.

4.4. Complementariedade e Divergência

No campo das Relações Internacionais é comum a presença de dicotomias: global e local, guerra e paz, liberalismo e realismo. No presente trabalho é possível identificar mais umas delas, a dicotomia complementariedade e divergência, com relação ao realizado dentro das Empresas Juniores de Relações Internacionais, e os aprendizados dos cursos em que estas estão inseridas.

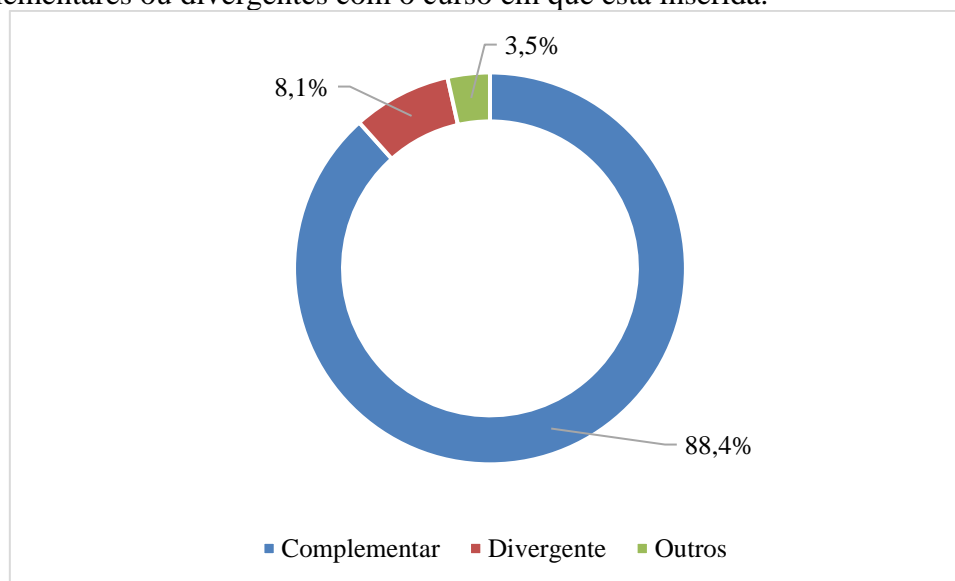
Considerando as habilidades e competências a serem desenvolvidas no curso diretamente, observando a habilidade VI, preconizada nas Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Relações Internacionais “Capacidade de planejar e executar estrategicamente a internacionalização de organizações de diferentes tipos” e o Eixo de Formação voltado à atividade profissional (CNE, 2017), percebe-se o desenvolvimento destas através das práticas e atividades de uma Empresa Júnior no Curso de Relações Internacionais. Já nas disciplinas, percebe-se diretamente através de Comércio Internacional, Economia Política Internacional, Organizações Internacionais, Segurança, Estudos Estratégicos e Defesa.

Com isso, pode-se entender que as Empresas Juniores dentro dos cursos de Relações Internacionais auxiliam na formação dos egressos, que fizeram parte das mesmas, propiciando diretamente o desenvolvimento de habilidades e competências elencadas nas DCN do curso.

Quando perguntados se as atividades da EJ e do curso que estavam inseridos era algo complementar ou divergente, os entrevistados divergiram na resposta, entretanto, houve um acordo geral na justificativa.

Com relação ao questionário, quando perguntados se consideravam que as atividades da Empresa Júnior eram complementares ou divergentes com o curso em que está inserida e porquê, 8,1% responderam que são divergentes, considerando não estarem ligadas diretamente, ou que as atividades do curso poderiam contribuir mais para as atividades da EJ; 3,5% responderam outros, no geral abordando sobre não entenderem exatamente ainda sobre as disciplinas para poder dar uma resposta precisa; e 88,4% consideram que são complementares, pois a Empresa Júnior propicia a experiência, e aborda uma área do curso que não é tão vista, que é a de uma atividade prática e próxima ao setor privado (Figura 23).

Figura 23. Porcentagem da consideração das atividades da Empresa Júnior serem complementares ou divergentes com o curso em que está inserida.



Fonte: Elaboração própria através da análise de questionário aplicado.

Quanto aos representantes das EJs, enquanto alguns disseram que a empresa é complementar ao curso, porque nela, fazendo projetos e tendo atividade prática, fato este pouco observado nas disciplinas, são consolidados os conceitos aprendidos em sala. Outros argumentaram ser divergente, pois enquanto o curso é muito teórico, a EJ é bem mais prática.

Ao mesmo tempo que uns consideram que, por ser diferente, pelo curso ser acadêmico e a EJ prática, estes dois são divergentes; outros, consideram que pelo mesmo motivo eles são complementares. No entanto, é consenso que a Empresa Júnior é um local que se aprende colocando em prática, aprende-se os conteúdos através da execução de projetos que são vendidos para clientes reais.

É possível que a discordância entre a complementariedade ou divergência entre aquilo visto no curso e o feito na EJ ocorra pelo mesmo motivo da não percepção do desenvolvimento de algumas habilidades e competência das Diretrizes Curriculares Nacionais através das disciplinas do curso, pois estas são aprendidas de forma indireta, sendo mais complexas de se perceberem, e muitos desses conhecimentos, adquiridos através do ensino na sala de aula, mesmo que não sejam percebidos diretamente, tornam possíveis a execução dos projetos das Empresas Juniores. O fator analítico é algo bem desenvolvido no curso de Relações Internacionais, além de propiciar uma visão mais pragmática das coisas. A representante da Atlântica chama atenção para os aprendizados de sala de aula que são levados para a realização de projetos:

Para a realização dos projetos da empresa é necessário aplicar diversos conhecimentos que envolvem o curso, como o funcionamento da economia, política externa e aspectos culturais. Possuir um bom embasamento nesses aspectos ajuda a entender os critérios de exportação e importação que envolvem uma relação comercial. Dentre as disciplinas do curso, a matéria de comércio internacional é a que mais se assemelha ao trabalho desenvolvido na EJ. As atividades na matéria ensinam basicamente como realizar um projeto, assim como se faz na Atlântica (APÊNDICE V, Atlântica, Pergunta 20).

E a relação de complementariedade e/ou divergência das atividades da EJ e o que é visto dentro do curso é destacado pela representante da Prisma, Empresa Júnior de RI da PUC-SP:

O que se aprende dentro da Prisma, muitas vezes está ausente no curso. Aprendizados sobre exportação e importação, matérias que auxiliariam diretamente na execução dos projetos, acordando o comércio entre os países e as diretrizes, é visto apenas na metade do curso, e normalmente o aluno já fez parte da EJ antes de cursar essas matérias (APÊNDICE XVIII, Prisma, Pergunta 20).

E também pela representante da Líderi, que afirma que:

A representante informou que a Líderi é praticamente um curso de Comércio Exterior, complementar ao de Relações Internacionais da UFPB. As disciplinas do curso, principalmente as de Economia e Comércio Internacional auxiliam na aquisição de uma visão bem ampla sobre diversos temas. Mas, com relação a colocar em prática as matérias, pouco contribuem, pois é somente na Empresa Júnior que realmente se aprende sobre a realização de projetos de consultoria de exportação e importação para clientes reais (APÊNDICE XV, Líderi, Pergunta 23).

Contudo, como apontado, essa visão de complementariedade não é unânime, e a representante da Sage acredita que são divergentes:

Acredita que sejam divergentes, pois o curso foca mais na teoria, e na parte acadêmica, preparando os alunos para uma atuação enquanto professores, ou para a realização de um mestrado, enquanto a Sage prepara o aluno para a atuação no mercado de trabalho privado (APÊNDICE XXI, Sage, Pergunta 23).

A habilidade VI e o Eixo de Formação profissional (CNE, 2017) se mostram bem desenvolvidos com aquilo praticado dentro da Empresa Júnior: execução de projetos para entidades, principalmente privadas, realizando sua inserção no mercado internacional. Dessa forma, considera-se a EJ complementar aos cursos de RI, que em geral são muito teóricos, principalmente aqueles de perfil generalista, e não possuem muitas atividades práticas em sua Matriz Curricular.

Aqueles que responderam que as atividades praticadas dentro da Empresa Júnior são divergentes com a graduação em que estão, levam em consideração a falta da competência/habilidade VI em seus cursos, e aquele que as consideram complementares,

também o levam em consideração. O que se percebe, portanto, é que quando se aborda a ideia de colocar o conhecimento em prática, uma EJ sem sombra de dúvidas é um campo extremamente propício para isso, e a realização de atividades dentro dela complementa a graduação de um discente de Relações Internacionais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O número de Empresas Juniores de Relações Internacionais encontrado foi maior do que se esperava ao início da pesquisa. Tendo em vista os resultados obtidos, o perfil mais comum das Empresas Juniores dos cursos de Relações Internacionais pelo Brasil é o de empresa federada à Confederação Brasileira de Empresas Juniores, pertencente a uma IES pública. No seu corpo constituinte, demonstram a presença de 11 a 15 membros, normalmente pertencentes apenas à Relações Internacionais, todavia, quando há alunos de outros cursos, é comum que sejam de Economia. Para Pessoas Jurídicas, executam projetos de Planejamento de Exportação, Planejamento de Importação, Abertura de Filial em outro País; e serviços de tradução, auxílio para retirada de passaporte, dupla cidadania e visto para pessoas físicas. Realizam em média de 5 a 15 projetos em um ano, com prazo de 22 a 45 dias úteis. Quanto a distribuição por região geográfica, a maioria das empresas estão concentradas na região Sudeste do país, sendo mais representativas no estado de São Paulo. Em média, apresentam de 5 a 9 anos de operação, sendo que a maioria possui espaço individual para ser utilizado dentro da instituição em que estão inseridas. Em geral são divididas nos cargos de Diretoria Geral, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Projetos, Diretoria de Gestão de Pessoas e Diretoria de Marketing. O curso de Relações Internacionais desenvolve devidamente as capacidades analíticas necessárias para a realização de qualquer atividade de sua Empresa Júnior, caso contrário, os projetos limitar-se-iam a resultados mais técnicos, não correspondendo assim, ao que se espera para uma consultoria empresarial nos moldes de uma internacionalização.

É complexo fazer com que as Empresas Juniores abordem todos os conteúdos ministrados no curso, mas, apesar de não abrangerem todas as possibilidades de serviços que podem ser vendidos, e trabalhos que podem ser executados por um egresso de Relações Internacionais, os direcionam para uma possível profissão, principalmente no setor privado.

Como sugestão de trabalho futuro, pode-se realizar uma análise da influência da participação nas Empresas Juniores de Relações Internacionais, e dos serviços prestados por esse tipo de instituição na delimitação de uma área de atuação profissional para os egressos do curso.

Dentro da EJ, adquire-se uma experiência que normalmente não se encontra dentro dos cursos, onde a combinação das informações adquiridas em sala de aula e a

instrução generalista obtida através das disciplinas, com a instrução mais específica e técnica promovida pela EJ, complementa o desenvolvimento do aluno.

As Empresas Juniores de Relações Internacionais normalmente abordam temas ausentes dentro de cursos com perfis generalistas, que caracterizam a maior quantidade de graduações de RI no Brasil. Em paralelo, os aprendizados de sala de aula possibilitam a realização dos projetos da EJ por lentes mais críticas e analíticas fazendo com que as atividades das Empresas Juniores devam ser consideradas complementares ao curso de Relações Internacionais.

Assim, é possível compreender a Empresa Júnior no âmbito de Relações Internacionais com a função de complementar o aprendizado dos alunos participantes dela, preenchendo a lacuna existente entre teoria e prática dentro desta graduação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRI. **Associação Brasileira de Relações Internacionais**. Apresenta texto sobre o posicionamento da diretoria da ABRI sobre o Projeto de Lei Nº8777/2017. 30 nov. 2017. Disponível em: http://www.abri.org.br/informativo/view?TIPO=26&ID_INFORMATIVO=494>. Acesso em: 14 nov. 2020.

ALMEIDA, P. R. **Os primeiros anos do século XXI: o Brasil e as relações internacionais contemporâneas** (São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002), pp. 244-248

ARTONI, F. L.; TONELLI, M. J., **A Influência da Experiência em Empresas Júniores na Formação do Administrador**. Escola de administração de empresas de São Paulo. São Paulo. Outubro, 2001.

BRASIL. **Lei nº 13.267, de 6 de abril de 2016**. Lei que dispõe sobre a regulamentação das Empresas Júniores no Brasil. 6 abr. 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13267.htm>. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRASIL JR. **Confederação Brasileira de Empresas Júniores**, 2020a. Apresenta informações sobre as Empresas Júniores federadas à instituição. Disponível em: portal.brasiljunior.org.br/dados-da-rede/2020 >. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRASIL JR. **Confederação Brasileira de Empresas Júniores**, 2020b. Apresenta informações sobre definição da Empresa Júnior e do Movimento Empresa Júnior. Disponível em: < <https://portal.brasiljunior.org.br/educacao/cursos/dna-junior> >. Acesso em: 14 nov. 2020.

CÂMARA. **Portal da Câmara dos Deputados**. Apresenta texto sobre projeto de lei para regulamentação da profissão do Bacharel em Relações Internacionais. Sala das Sessões, 04 de out. 2017 Disponível em: http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=828BB63DB64D0E939C3974EBE44BE4C2.proposicoesWebExterno1?codteor=1604971&filena me=PL+8777/2017>. Acesso em: 14 nov. 2020.

CARMO, C. A.; FRANCHESCHINI, A. **Relações Internacionais no mercado de cursos do ensino superior**. In: Encontro da ABCP, 7., 2010, Fortaleza. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/252275437/Relacoes-Internacionais-no-mercado-de-cursos-do-ensino-superior>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

COELHO, D. B.; VIDEIRA, R. A. **O desenvolvimento de competências por meio da extensão universitária: o caso da Global Jr. ESPM-SP na formação do diplomata corporativo**. *Meridiano* 47, 18: e18020, 2017.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. **Relatório referente ao Processo 23001.000080/2013-11 sobre as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Relações Internacionais**. Brasília, 06 de julho de 2017.

ESPM-SP. **Graduação em Relações Internacionais na Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo**, 2018. Apresenta textos e informações sobre o curso de Relações Internacionais da instituição. Disponível em: <www.espm.br/graduacao/sao/sao-relacoes-internacionais/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

FRANCO, A. M. P.; MAIA, M.; NEDER, H. D. **O fortalecimento do papel institucional do Conselho Nacional de Educação no processo de elaboração, aperfeiçoamento e acompanhamento das políticas públicas de educação básica e superior em todas as etapas e modalidades de educação e ensino**: Documento Técnico referente ao Produto 2 do Projeto CNE/UNESCO 914/BRZ1042.3 – Brasília: Ministério da Educação/Conselho Nacional de Educação, 2017.

LESSA, A. C. **Trinta anos de ensino de Relações Internacionais em nível de graduação no Brasil**. *Meridiano 47*: Boletim de Análise de Conjuntura em Relações Internacionais, v. 6, n. 54, p. 7-9, 2005a. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/5060/1/ARTIGO_TrintaAnosEnsino.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2019.

_____. **Os problemas recentes e as muitas virtudes do Mercado de trabalho para profissionais de Relações Internacionais no Brasil**. *Meridiano 47*, v. 6, n. 58, p. 11-12, 2005b. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/5204/1/ARTIGO_ProblemasRecentesMercadoTrabalho.pdf> Acesso em: 20 jun. 2020.

MAIA, M. **Cenário de Cursos de Relações Internacionais Ofertados pelas Instituições de Ensino Superior do Brasil**: Documento técnico referente ao Produto 1 do Projeto CNE/UNESCO 914BRZ1042.3. Brasília: Ministério da Educação/Conselho Nacional de Educação, 2017.

MIYAMOTO, S. **O Ensino das Relações Internacionais no Brasil**: Problemas e Perspectivas. *Revista de Sociologia e Política* nº 20. p. 103-114. JUN. 2003.

PECEQUILO, C. S. **Introdução às relações internacionais**: temas, atores e visões. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SILVA, J. G. R.; ANDRADE, A. R. **A empresa júnior e sua contribuição para a formação do administrador**. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 12., 2015, Resende. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/942288.pdf>> Acesso em: 20 jun. 2020.

APÊNDICE I. Perguntas da Pesquisa de Dados das Empresas Júniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Modelo de Entrevista

Empresa:

Universidade pertencente:

Nome do responsável legal pela empresa:

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior?

Data da entrevista:

- 1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?**
- 2. Há quantos anos existe a EJ?**
- 3. Quais os cursos que a empresa abrange?**
- 4. Quantos membros têm na EJ?**
- 5. Qual é a estrutura organizacional da EJ?**
- 6. Quais serviços a EJ oferece?**
- 7. Qual o local da sede da empresa?**
- 8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?**
- 9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?**
- 10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?**
- 11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?**
- 12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?**
- 13. Qual o valor médio dos serviços prestados?**

- 14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?**
- 15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?**
- 16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?**
- 17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?**
- 18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?**
- 19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?**
- 20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?**
- 21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?**
- 22. Todos os membros da EJ executam projetos?**
- 23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?**

APÊNDICE II. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da ACPE

Empresa: ACPE – Assessoria Consultoria e Planejamento Econômico.

Universidade pertencente: Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

Nome do responsável legal pela empresa: Natália Vieira.

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim.

Data da entrevista: 07/04/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A criação da empresa começou a ser pensada no ano de 1998, e ficou sendo elaborada até o ano de 2001. Contudo, foi somente no ano de 2002 que a EJ foi realmente fundada, ainda apenas com o curso de Economia. No ano de 2009 foi criado o curso de RI da UFU pelo Instituto de Economia, e ainda no mesmo ano o curso de RI foi incorporado à ACPE. Apesar disso, o carro-chefe da EJ continua ainda hoje sendo os projetos de economia, realizando poucos projetos de RI.

2. Há quantos anos existe a EJ?

18 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Relações Internacionais e Economia.

4. Quantos membros têm na EJ?

Na data da entrevista possuía 24 membros, mas ainda ia realizar o Processo Seletivo. A EJ tem uma média normalmente de 35 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Comercial e Marketing, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria Jurídico Financeiro, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Considerando apenas os serviços que seriam direcionados para RI têm-se os projetos chamado pela empresa de “Projeto de Comércio Exterior” dividido em 3 partes: Análise Mercadológica; Análise Logística e Análise Tributária.

7. Qual o local da sede da empresa?

Possui uma sala no Instituto de Economia e Relações Internacionais, cedida pelo mesmo.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

A ACPE tem muito o objetivo de capacitar e preparar o membro para o mercado de trabalho, pois os cursos de RI e Economia são extremamente teóricos e voltados pra área acadêmica. Isso faz com que os alunos por vezes se frustrem por não entenderem como entrar no Mercado de Trabalho.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

Excetuando os estudantes do 1 período que acabam entrando por conta da curiosidade e euforia, os estudantes do meio do curso entram com o intuito de encontrar algum objetivo no curso. A maioria dos membros estão fazendo os cursos querendo apenas formar, sem encontrar propósito ou sentido nestes, sem saber o que fazer ou onde atuar, e entram na ACPE como uma esperança de entender o que querem fazer na vida.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

Os Projetos Internacionais tem a duração média de 3 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 7

2018 - 18

2019 - 28

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017: R\$ 2.200,00

2018: R\$ 45.835,07

2019: R\$ 62.777,81

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 2.200,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Micro e pequenos empreendedores.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A maioria é da cidade que a empresa está.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Anteriormente tinha parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), por onde chegavam clientes passivamente, porém, agora tem mais foco na prospecção ativa.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Todos os projetos da ACPE, inclusive os de Economia podem ser feitos por um egresso de RI. Por ser muito difícil ter um local específico de atuação para os estudantes de RI no mercado de trabalho onde a ACPE está inserida, os mesmos acabam por atuar nas mesmas áreas que um economista, dessa forma, saber fazer um plano de negócios, realizar uma pesquisa de mercado, como usar uma planilha financeira, realizar mapeamento de processos, gerenciamento de projetos é fundamental para a atuação profissional. Um aluno que foi membro da EJ sai com uma formação bem mais completa que um estudante de RI que não passou pela ACPE.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Acha que talvez os clientes não entendam o que faz um estudante de RI. A ACPE na maioria das vezes é vendida como uma empresa de Economia e RI, mas, não se faz uma diferenciação ou explicação pros clientes sobre os cursos.

19. Você considera que existe concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Pode existir uma competição por clientes, com a EJ de Administração da UFU por oferecerem serviços parecidos. Contudo, apesar do mercado para as duas EJs ser bem semelhante, não se considera que competem de fato, pois existe também uma cooperação entre as duas por serem Empresas Juniores.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

Não percebe a existência de uma ajuda direta, ou alguma contribuição específica de alguma matéria para as atividades da ACPE. Talvez algumas matérias de Economia ajudem um pouco nos projetos que não são os Projetos Internacionais, mas, nem sempre quem está na EJ já passou pela matéria. A representante afirma que a EJ auxilia bem mais os alunos a fazerem matérias do curso que o contrário.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso de RI da UFU tem um foco bem econômico. Existe uma relação bem grande entre o curso de Economia e RI na universidade, e isso pode ser observado logo após a formação em RI, em 2 anos e meio é possível se formar em Economia na instituição. Algumas matérias obrigatórias são comuns aos alunos dos dois cursos.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos dentro da empresa vendem e fazem projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Acredita que sejam complementares, pois a Empresa Júnior traz a parte prática, em falta no curso, para o aprendizado dos alunos, e estes levam o conteúdo para as matérias.

APÊNDICE III. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Arcádia.

Empresa: Arcádia Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Federal de Pelotas (UFPEL)

Nome do responsável legal pela empresa: Letícia Caldeirão

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Não

Data da entrevista: 26/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A empresa teve sua formulação iniciada no começo de 2018, sendo oficialmente fundada no final de 2018, por um grupo de alunos com o objetivo de criar um diferencial na sua formação em Relações Internacionais.

2. Há quantos anos existe a EJ?

2 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Atualmente abrange só Relações Internacionais, tendo pretensões de expandir para outros cursos.

4. Quantos membros têm na EJ?

11 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing e Comunicação, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Identificação de Mercado, Certificações e Premiações Internacionais, Identificação de Barreiras tarifárias e não tarifárias, Dupla cidadania, Visto e Passaporte.

7. Qual o local da sede da empresa?

No momento a EJ ainda não possui sede física, porém, estão refazendo a regulamentação para conseguir um local o mais rápido possível, através do departamento do curso.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

A Empresa Júnior tem como objetivo impactar suficientemente a região que está inserida a fim de mudar o mercado, e conseguir gerar vagas de emprego para os egressos do curso de Relações Internacionais. Frequentemente, os alunos de RI participam de estágios, porém estes não estão muito relacionados com a área, como: estágios em *startups*, agências, gerenciamentos de multas de trânsito e estágio em banco. Contudo, a função exercida pelos alunos nessas empresas se distancia daquilo aprendido em sala; apesar de competência profissionais aprendidas na EJ ajudarem nessas atividades.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A motivação para entrar na Arcádia varia muito de pessoa para pessoa, porém, as motivações principais são: a importância dada a participar de forma ativa do mercado de trabalho, e conseguir ter visão do mercado privado ainda dentro da universidade, além das horas complementares que a EJ fornece.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

Até a presente entrevista, não haviam sido realizados projetos para clientes reais, apenas internos.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

Até a presente entrevista, não haviam sido realizados projetos para clientes reais, apenas internos.

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

Até a presente entrevista, não haviam sido realizados projetos para clientes reais, apenas internos.

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

Estima-se que o ticket médio para cada fase dos serviços de exportação e importação seja de R\$315,00.

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Empresas de pequeno à médio porte, e que vendam algum produto com potencial de exportação. A cidade de Pelotas tem bastante comércio de doces, cerveja e vinho, e esse vinha sendo o foco da empresa, porém, grande parte dos produtores desses itens são de pequenos negócios. Tendo em vista essa realidade e como forma de crescer ainda mais, a empresa vem atendendo negócios um pouco maiores.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Apesar de não terem fechado projetos ainda, o foco maior é para clientes da região.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A prospecção é mais ativa e focada na região.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Considera que possivelmente não é. Verifica que as atividades feitas dentro da Empresa Júnior preparam bastante o membro para a atuação no mercado privado, principalmente muito preparado para fazer pesquisa de mercado e análise de conjuntura, mas, considera que os serviços oferecidos pela empresa é algo que idealmente é a atuação do egresso de Relações Internacionais, apesar de que poucos conseguirão realizar esse trabalho de fato.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

A representante considera que os potenciais clientes entendem, mas, de modo geral, eles veem muita desconfiança por serem estudantes.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Considera que não têm concorrência com outras Empresas Juniores, e que instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), caso não sejam parceiros, podem ser um dificultador para encontrarem projetos.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

As disciplinas pouco contribuem, membros que estão no 2º ano e participante do último ano do curso tem conhecimentos muito parecidos sobre os projetos. A contribuição do curso aparenta ser bem mais indireta, com habilidade analíticas, do que direta através das matérias. Caso comparado um trabalho de Pesquisa de Mercado de uma pessoa no último ano com do primeiro ano, é algo bem diferente, o mais veterano terá mais capacidade analítica e de tomadas de decisão. Mas, em termo de conhecimento, não existem disciplinas de marketing ou negociação, existe uma de Comércio Exterior, mas, até esta tem um viés muito político. A maioria do conhecimento para realização de projetos foi passado por membros da própria empresa.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

Considera que o foco do curso seja voltado para diplomacia, política, estudo do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL) e da América Latina.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

A ideia é que todos os membros executem projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A representante entende que são divergentes, pois considerando aquilo praticado na EJ, se tem mais uma noção do que se vai fazer no mercado de trabalho, e se percebe um distanciamento daquilo que se faz no curso.

APÊNDICE IV. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Argos.

Empresa: Argos Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Federal Fluminense (UFF)

Nome do responsável legal pela empresa: Beatriz Santiago

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 19/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A Argos começou a ser criada em 2010, contudo, o projeto de criação ficou muito tempo parado, e o processo de retirada do CNPJ só começou de fato no final de 2013, sendo finalizado em 2015. A partir de 2015 a empresa começou a se desenvolver um pouco mais, porém, foi em 2017, quando a empresa começou a se aproximar do MEJ, e se estruturar internamente, que a EJ começou a de fato dar resultados consistentes.

2. Há quantos anos existe a EJ?

10 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente a EJ possui 4 membros, mas após o Processo Seletivo (PSEL), pretende ter 15 pessoas. Está funcionando com poucos membros pois teve a intenção de diminuir a quantidade de pessoas ociosas, e para os próximos PSEL vai tentar evitar que pessoas entrem e saiam muito rápido por não saberem ao certo sua atuação na EJ.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos e Negociação.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Internacionalização de Empresas, Prospecção de Mercado, Pesquisa de Fornecedores, Visto, Análise de Cenário, Dupla Nacionalidade, Pesquisa de Compradores.

7. Qual o local da sede da empresa?

Atualmente, não possuem sede física.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O objetivo da Argos é trazer a experiência prática para os outros alunos do curso, mostrar possibilidades além da academia e diplomacia, e propiciar uma oportunidade que não se tem no curso. Existem alunos que entraram no 7 semestre, quase no final do curso, e mudaram sua visão a respeito da profissão que seguiriam. Trazer um conhecimento profissional, e do que fazer no mercado de trabalho é essencial para a empresa. Tendo isso em vista, a EJ considera que não devem haver alunos de outros cursos como membros.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

As pessoas antes queriam apenas colocar algo no currículo, mas atualmente se aproximam da EJ justamente com a intenção de se desenvolverem e terem uma experiência prática ainda dentro do curso, que não tem estágio obrigatório, nem muitas opções relativas, então entrar na Argos é a grande forma para vivenciar o mercado de trabalho.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

Não estipulado.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 0

2018 - 1

2019 - 8

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 – R\$ 0,00

2018 – R\$ 1.800,00

2019 - R\$ 3.045,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 500,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Depende dos serviços prestados. Os direcionados para Pessoa Jurídica tem como público-alvo, micro e pequenas empresas, e *startups*.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A maioria dos clientes são do estado da Empresa Júnior.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A maioria dos clientes chega através da prospecção passiva, tendo um problema a ser resolvido, e querendo entender melhor como a Argos pode ajudar a resolver.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Acredita que sim, ainda mais se forem os serviços de internacionalização. Dentro da própria EJ existem pessoas que conseguiram estágio em empresas que realizam serviços de mobilidade, realocação de pessoas estrangeiras que vem para o Brasil, e usam informações e conhecimento adquiridos na Argos para exercerem suas funções.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Varia conforme o cliente. Em geral possuem uma noção de fato do que é Relações Internacionais. A representante considera que talvez seja até uma falha da Argos de, nas negociações, fazer somente uma explicação sobre os pontos que favorecem a venda dos serviços, e não explicar melhor sobre o curso e sobre o que é uma Empresa Júnior.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Acredita que não há concorrência com empresas de outros cursos fora Relações Internacionais, as EJs do Rio de Janeiro não vendem serviços parecidos com os da Argos. Com relação às Empresas Juniores de Relações Internacionais, existem outras 4 no estado, e entre essas pode haver uma disputa pelos clientes, contudo, outras EJs do estado

focam em temas diferentes para seus projetos, e algumas tem cursos outros que não RI, e expandem a carta para serviços para atividades que a representante considera não serem da área.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

A relação estaria com o que é aprendido em algumas matérias, como as disciplinas de Comércio Internacional, Economia Política, e outras de economia, que são feitas no próprio Instituto de Economia. A matéria de Direito Internacional também auxilia bastante nos conhecimentos para realização dos projetos de Visto e Dupla Nacionalidade. Contudo, algumas destas são vistas muito tarde no curso.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso é bem focado nas áreas de Defesa, Política, e na carreira acadêmica.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Antes, apenas membros da área de projetos realizavam os serviços. Hoje busca-se fazer com que todos da equipe executem.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A representante considera que as atividades são em sua maioria complementares. Talvez em algum ponto seja divergente. Considerando o lado profissional, a EJ complementa o curso, dando para os alunos a experiência de mercado de trabalho. Contudo, seguindo a visão de que o curso é bem teórico, e tem poucas cadeiras de COMEX, a EJ destoa do que é ensinado no curso.

APÊNDICE V. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Atlântica.

Empresa: Atlântica Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Nome do responsável legal pela empresa: Kellen Barboza

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 25/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A empresa surgiu no período letivo de 2015.2, a partir da iniciativa de um grupo de alunos em busca de mais atividades práticas no curso de RI, tendo em vista o alto caráter teórico do curso na UFRGS. Dessa maneira, a empresa foi fundada com o intuito de criar oportunidades de contato com o mercado de trabalho.

2. Há quantos anos existe a EJ?

5 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente o curso de Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

16 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Serviços de Exportação: Análise de Viabilidade, Estudo Logístico-Burocrático; Serviços de Importação: Análise de redução de custos, Estudo Logístico-Burocrático.

7. Qual o local da sede da empresa?

Atualmente a empresa conta com uma sala localizada na própria UFRGS, porém está em processo de mudança para uma sala maior cedida pela universidade.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

A empresa possui, além do propósito de auxiliar seus clientes com questões de importação e exportação, propósitos internos voltados para o desenvolvimento e capacitação profissional de seus membros, oferecendo-os uma experiência no mercado de trabalho.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

Dentre as opções de projetos de extensão ofertadas, a Atlântica se destaca por oferecer uma visão diferente do curso. Diferentemente dos demais projetos, a EJ não é voltada para a área acadêmica, exercendo mais atividades práticas, o que a torna uma experiência única no curso.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

4 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 2

2018 - 3

2019 - 3

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 12.000,00

2018 - R\$ 1.000,00

2019 - R\$ 1.490,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 500,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

O público mais atendido pela EJ são micro e pequenas empresas, e ocasionalmente empresas de porte médio.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Cerca de 90% dos clientes atendidos pela empresa são de Porto Alegre e sua região metropolitana. Apesar de contar com alguns projetos para fora, a EJ mantém seu foco na região na qual está inserida.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A EJ faz uso majoritário da estratégia de prospecção ativa, apesar de estar tentando instaurar também a passiva.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A representante considera que sim, especialmente tendo em vista que a própria UFRGS possui um setor que realiza praticamente os mesmos serviços. Além disso, os membros da EJ, após passarem pela fase de empresário júnior, têm a possibilidade de fazer parte de uma empresa sênior que presta serviços similares aos que já foram vistos anteriormente na EJ.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Normalmente os clientes entendem o valor de uma EJ e de seus serviços, tendo noção de que seria o mesmo serviço executado por uma empresa sênior. Porém, o custo de contratar os serviços de uma EJ são menores devido ao fato de a mesma não possuir fins lucrativos, mas sim de desenvolvimento profissional de seus membros.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Acredita-se haver predominantemente uma relação colaborativa com as outras EJs, e não uma concorrência propriamente dita, visto que além do mercado ser vasto, os públicos que cada uma atrai por vezes são diferentes.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

Para a realização dos projetos da empresa é necessário aplicar diversos conhecimentos que envolvem o curso, como o funcionamento da economia, política externa e aspectos culturais. Possuir um bom embasamento nesses aspectos ajuda a entender os critérios de exportação e importação que envolvem uma relação comercial. Dentre as disciplinas do curso, a matéria de comércio internacional é a que mais se assemelha ao trabalho desenvolvido na EJ. As atividades na matéria ensinam basicamente como realizar um projeto, assim como se faz na Atlântica.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso possui um aspecto bem acadêmico. Na UFRGS há um grande foco em economia e suas dinâmicas, além de disciplinas relacionadas à segurança.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Apesar de ser designado um gerente para o projeto, todos os membros executam as atividades necessárias para realiza-lo.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Acima de tudo, complementares. A empresa preenche muitas lacunas deixadas pelo curso na formação de jovens empresários. Para o aluno que deseja seguir na área de comércio exterior, esse tipo de experiência é fundamental. A Atlântica oferece um ambiente no qual seus membros podem se desenvolver pessoalmente e profissionalmente, além de melhorar sua desenvoltura não só na empresa, mas em diversas questões cotidianas.

APÊNDICE VI. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Brain.

Empresa: Brain Consultoria Júnior

Universidade pertencente: Faculdade de Campinas (FACAMP)

Nome do responsável legal pela empresa: Flora Oliveira de Freitas

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 14/09/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A ideia da EJ começou a ser pensada com um grupo de alunos que sentiu a necessidade de colocar em prática aquilo que se aprendia em sala de aula. Houve também a vontade de vivenciar a área empresarial, já que no curso é visto muito sobre diplomacia, mas pouca coisa do setor privado, que é onde a maioria dos alunos vai estar no futuro.

2. Há quantos anos existe a EJ?

1 ano.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Começou apenas com RI e depois foram inseridos os cursos de Economia, Publicidade e Propaganda, e Direito.

4. Quantos membros têm na EJ?

57 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Executiva, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Projetos, Diretoria *Think Tank*.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Análise Mercadológica: Planejamento, Análise Concorrencial, Avaliação dos Riscos; Tradução, Análise de Tendências.

7. Qual o local da sede da empresa?

Ainda não possuem um local sede. Por isso, uma das propostas da presidência desse ano, é conseguir uma sede física.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O objetivo da Brain é formar e desenvolver bons profissionais de RI e de outras áreas. Fazer com que os membros conheçam a área privada, e a dinâmica de uma empresa, já que no curso se vê muita coisa de Organizações Internacionais, e pouco do setor privado. Além disso, a EJ pretende lapidar questões como o trabalho e liderança de grupos, e reforçar conceitos aprendidos no curso, já que muito é visto em sala de aula, e alguns dos conhecimentos acabam sendo deixados para trás. É interessante ter um local para pôr em prática de fato esses conhecimentos, e a Brain propicia esse ambiente.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

Muitos dos que entram na Brain o fazem porque desejam ter um diferencial durante sua formação. E encontram na vivência empresarial que a EJ pode propiciar, uma forma de enriquecer o currículo, e ter mais experiências.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

Não estipulado.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

Durante esse período, a empresa realizou apenas 1 projeto, em 2019.

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

O único projeto, realizado em 2019, teve o faturamento de R\$ 1.400,00.

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 600,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Atende principalmente as micro e pequenas empresas.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A maior parte dos clientes são do estado de São Paulo.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Se utiliza mais da prospecção ativa.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Considera que sim, principalmente a aporte de pesquisa, já que na empresa coloca-se em prática pesquisas utilizando conceitos relativos à política e economia, possibilitando um maior grau de análise crítica. Além disso, a prática na EJ permite o entendimento da dinâmica empresarial, e a melhoria da produção de textos e relatórios, importantes para o trabalho na área privada.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Por conta da temática abordada nos projetos e da visão que é passada para o cliente, este entende que sim. Os serviços vendidos pela Brain são mais voltados para análises de mercados, mas, a EJ faz também consultoria de exportação e importação de produtos, empresas e serviços. Dentro do curso de RI, é proporcionada uma visão bem ampla sobre questões econômicas, políticas, do direito, então é possível para o membro propiciar uma visão, por várias lentes, do que pode afetar a empresa de seus clientes, dentro do Brasil e em outros países.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Dentro da própria faculdade existem outras EJs, mas, os serviços vendidos por elas são diferentes, então não crê que haja concorrência. Na região de campinas não tem outra EJ de RI, então concorrência regional é pouca, sendo apenas com EJs de RI de outras cidades de São Paulo. Contudo, até mesmo com as demais Empresas Juniores de Relações Internacionais, por conta da especificidade dos serviços que a Brain vende, a representante considera que não está concorrendo com estas.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

Aquilo aprendido em sala de aula é essencial, principalmente porque a Brain lida com a realização de muitas pesquisas, então as informações levantadas tem que ser resumidas, trabalhadas e analisadas para produzir o relatório, e essas habilidades são desenvolvidas através das aulas. A base que se adquire em sala dá credibilidade para o conhecimento passado para o cliente, principalmente para aquele que não entende da área. Além disso, o que é aprendido em matérias de Economia, Direito Internacional, dá propriedade para os membros falarem com os clientes para esclarecerem dúvidas.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

É bem focado em diplomacia e na formação de profissionais diplomatas, atuação na Organização das Nações Unidas (ONU) e Organizações Internacionais (OIs).

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Apenas as áreas de Projetos, Administrativo-Financeiro e *Think Tank* participam da execução dos projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Considera que são complementares, porque o entendimento necessário para realização dos projetos, vem boa parte da sala de aula. Nas consultorias da empresa, é necessário a sapiência para captar, analisar e traduzir as informações da melhor forma possível para o cliente, e com as atividades do curso se adquire mais propriedade para passar tais conhecimentos, que só é possível através das noções adquiridas no curso.

APÊNDICE VII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da CONEX.

Empresa: CONEX - Consultoria em Negócios Exteriores

Universidade pertencente: Universidade Católica de Brasília (UCB)

Nome do responsável legal pela empresa: Augusto Gorgen

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 24/04/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A CONEX foi fundada em 2002, com o objetivo de ter um local que pudesse propiciar a experiência do mercado de trabalho ainda dentro da universidade.

2. Há quantos anos existe a EJ?

18 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

10 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial e Negócios, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Consultoria de Exportação e Importação, Prospecção Internacional, Comunicação Estratégica, Assessoria Internacional para obtenção de visto e dupla cidadania.

7. Qual o local da sede da empresa?

Tem uma sede própria cedida pela universidade.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O objetivo da EJ é o de desenvolver e entregar pessoas capacitadas para o mercado de trabalho. O curso de RI da UCB é um curso de humanas, mas existe um foco voltado para negócios. A EJ propicia a parte prática de experiências que o mercado anseia que as pessoas tenham hoje, e capacita os membros de forma geral.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A principal motivação é a busca por uma atividade prática. Dentro do curso existe matéria de Comércio Exterior (COMEX) bem desenvolvida, que possui inclusive teor prático, contudo, a experiência do mercado de trabalho não é algo que a universidade consiga propiciar. Além disso, a matéria somente é ofertada no 4º semestre do curso, e muitos membros já participam da EJ em seu primeiro período.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

2 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 10

2018 - 19

2019 - 4

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 6.410,00

2018 - R\$ 12.030,00

2019 - R\$ 1.820,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 455,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

O foco dos projetos direcionados para Pessoa Jurídicas são pequenas e médias empresas.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A grande maioria é de fora da região.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A empresa é mais focada na prospecção ativa.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

O representante vê que as atividades feitas, e habilidades desenvolvidas na EJ serão realizadas e utilizadas sim no mercado de trabalho por egressos do curso, principalmente aqueles que desejam seguir para a área privada.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Acha que não, pois existe uma confusão sobre o que realmente se trata o curso de Relações Internacionais. Muitos creem que o curso é somente para a área de diplomacias, apesar de haver muitos outros campos de atuação. O representante sente ainda que não existe uma valorização do trabalho realizado por eles. A maioria dos clientes acha que é um serviço caro, mesmo estando bem abaixo do preço de mercado, e por vezes creem que podem fazer os serviços por conta própria, não considerando que só podem ser desenvolvidos por pessoas competentes, como os membros da CONEX.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Júniores de outros cursos?

Com outros cursos além de RI não considera que haja concorrência, pois os serviços que oferecerem são bem específicos da área. Existe uma Empresa Júnior de Relações Internacionais bem grande em Brasília, que é a da Universidade de Brasília (UnB), caso haja uma disputa por clientes, seria com essa empresa, mas, a relação entre as duas é bem amigável.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

Com relação à disciplina de Comércio Exterior, basicamente o que é aprendido em sala de aula também é o que se aprende dentro da Empresa Júnior. E isso muito se deve por conta de a professora da disciplina ter ajudado na fundação da CONEX. A professora tem experiência de trabalho com a internacionalização de pequenos empresários, e leva exemplos para sala de aula, e já auxiliou em conhecimentos para execução dos projetos.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso está mais voltado para negócios e *business*, com um direcionamento bem voltado para o mercado de trabalho.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos os membros da empresa executam projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

São complementares, principalmente no que tange a matéria de Comércio Exterior. As atividades da EJ e das matérias são muito próximas, uma podendo ser a continuidade da outra. Além da matéria de Comércio Exterior, matérias como Marketing Internacional, onde é realizado um trabalho para uma empresa existente, são bem complementares com as atividades da EJ. Pensando essas duas matérias, o lema do Movimento Empresa Júnior de colocar em prática aquilo aprendido em sala de aula, é completamente realizado. E, além disso, o membro da EJ tem a vivência do mercado de trabalho, que as matérias do curso não conseguem fornecer.

APÊNDICE VIII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Domani.

Empresa: Domani Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade de Brasília (UnB)

Nome do responsável legal pela empresa: Christian Shaw

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 26/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A EJ de RI da UnB existe há 25 anos. Surgiu em 1994, com o intuito de levar um viés empresarial para o curso, que sempre foi muito voltado para diplomacia. Após a descoberta de EJs no estado de São Paulo, iniciou-se a busca de entender um pouco mais sobre o movimento e como consequência dessa pesquisa, se deu a criação da Empresa Júnior da UnB. Diante disso, procurou-se sempre entender o que o profissional de RI faz, e abordar projetos que fizessem parte do escopo profissional do âmbito.

Por cerca de 5 anos, a EJ tentou vender muitos projetos e abarcar um grande número de serviços, porém sem êxito. Como consequência da não identificação do real escopo de atuação, em 1999 a empresa teve suas atividades interrompidas.

Reaberta em 2002, na tentativa de rearticulação e de repassar aos estudantes o que seria uma Empresa Júnior, mas sem uma definição do seu modelo de negócios, acabou fechando novamente.

Após longos anos de estruturação, em 2010 reabriu com o nome de Domani, a qual se mantém até hoje. A partir de 2011 direcionou seu foco de atuação para serviços relativos à internacionalização de empresas, com consultorias de exportação e importação, e nos dias atuais é a EJ de Relações Internacionais, com o maior faturamento do Brasil.

2. Há quantos anos existe a EJ?

25 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

22 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão (Gestão de Pessoas e Administrativo-Financeiro), Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Estudo de Mercado, Promoção Comercial, Análise de Conjuntura Internacional, Marketing Internacional, Estudo Comercial, Viabilidade de Exportação, Planejamento Financeiro, Planejamento Logístico, Planejamento Burocrático, Inteligência Comercial.

7. Qual o local da sede da empresa?

Não possui sede física própria, utiliza uma sala que é dividida com outros projetos do instituto.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

A Domani tem como objeto desenvolver ao máximo cada um de seus membros, instigando-os a serem sempre melhores, mais preparados, e ser o que os clientes e o mercado de trabalho buscam.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A grande maioria das pessoas que pretendem entrar na Domani a veem como uma plataforma profissional, que irá possibilitá-los ter uma experiência e preparação para o mercado de trabalho, através da capacitação da empresa.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

40 a 45 dias úteis.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 31

2018 - 30

2019 - 16

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 27.800,00

2018 - R\$ 20.500,00

2019 - R\$ 57.360,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 3.000,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

O maior foco para a venda de projetos é o pequeno e médio empresário.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Os clientes da empresa são a maioria de fora da região que está inserida, sendo bem distribuídos pelo Brasil, havendo alguns inclusive fora do país.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Têm uma prospecção passiva bem forte e hoje em dia trabalha baseado somente nela. Apesar de saberem que a EJ é mais voltada para exportação e importação, e ao contratarem algum tipo de serviço já conhecerem o setor de atuação da mesma, poucos estão alinhados com o funcionamento da consultoria.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Representante considera que sim, caso algum formado queira atuar na área de estratégia de internacionalização de empresas, com comércio exterior ou internacional.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

O representante acredita que não, pois no geral os clientes entendem pouco o que o profissional de RI faz.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não considera que haja concorrência com EJs de outros cursos, e que apesar de ter uma outra Empresa Júnior de Relações Internacionais no DF, considera que no máximo pode haver uma disputa para a captação de clientes.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

As atividades não se relacionam completamente, mas, em partes. Por exemplo, o estudo de mercado, feito nos projetos, pode ser aprendido em algumas matérias do curso que desenvolvem análise política. As pesquisas burocráticas e de barreira tarifárias e não-tarifárias dialogam com as matérias que tratam sobre instituições, como a Organização Mundial do Comércio (OMC), que é aprendido em Organizações Internacionais e Comércio Internacional. E serviços como a promoção comercial, inteligência comercial, estão alinhados com as matérias que tratam sobre negociações internacionais.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso é bem voltado para a carreira diplomática.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Qualquer membro, caso deseje, pode participar da realização de um projeto, já que a alocação é voluntária, a própria pessoa quem toma a decisão.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

O representante considera serem complementares. O curso de RI da UnB é bem voltado para a diplomacia e política internacional, e as soluções da Domani são voltadas especificamente para Comércio Exterior, dessa forma, a EJ agrega ao curso uma área pouco tratada e explorada. Apesar de no curso da UnB não haver uma disciplina de COMEX, há uma matéria de Comércio Internacional, que aborde alguns pontos que são utilizados nos projetos, contudo, esses pontos ainda não são vistos com a mesma profundidade que são trabalhados dentro da EJ, que acaba complementando tais conhecimentos.

APÊNDICE IX. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Eleven.

Empresa: Eleven Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Nome do responsável legal pela empresa: Maria Elaine

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 18/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

Em 2007, a empresa foi criada com o nome de Dignata, porém, por não possuir projetos e nem execução de serviços encerrou suas atividades. Após isso, em 2017, já fortalecida com a presença de 11 membros, recebeu nova estruturação e passou a ser chamada de Eleven, como é conhecida hoje.

2. Há quantos anos existe a EJ?

3 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

14 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência Executiva, Presidência Organizacional, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Assessoria Internacional (Dupla Cidadania e Visto), Tradução, Consultoria, Internacionalização de Ambientes, Gerenciamento de Mídias Digitais.

7. Qual o local da sede da empresa?

Tem uma sala própria cedida pela coordenação do curso.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

Tem como objetivo desenvolver os membros, e elevar o potencial das pequenas e médias empresas, primeiramente de João Pessoa e depois da Paraíba, as quais estão na busca pela internacionalização.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

As maiores motivações são o crescimento pessoal, principalmente de características do empreendedorismo e da liderança; desenvolvimento de *networking*; e experiência no mercado de trabalho, para poderem atuar profissionalmente com temas relativos a Comércio Exterior.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

1 mês.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 3

2018 - 7

2019 - 11

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 437,00

2018 - R\$ 455,00

2019 - R\$ 1.000,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 150,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

O público alvo dos projetos direcionados para Pessoa Jurídicas são pequenas e médias empresas, e os para Pessoas Físicas são mais direcionados para os estudantes.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Em sua maioria, os clientes são de João Pessoa. Porém, já houve prestação de serviços para fora do estado e até mesmo do país.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Tem prospecção ativa e passiva, mas tem uma captação maior através da ativa.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A representante vê que sim, com certeza. Como exemplo, relata a existência de três membros da Eleven, que, através das atividades exercidas dentro da EJ, conseguiram estágios em uma empresa de *trading*, por conta das atividades exercidas dentro da EJ, e irão executar trabalhos de pesquisa de mercado dentro da empresa.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Depende do serviço prestado. O de tradução possivelmente não, mas, a assessoria internacional e pesquisa de mercado, por ser considerado uma atividade diretamente ligada ao profissional de R.I, provavelmente sim.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Acredita que haja uma concorrência com a Empresa Júnior do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Internacionalize, e com a EJ de RI da UFPB, Líderi por oferecerem serviços semelhantes.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

Existe pouca relação direta daquilo estudado no curso e das atividades praticadas dentro da EJ, o auxílio das disciplinas é mais indireto, através da facilitação de análises.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso tem um foco bastante acadêmico.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Dependendo de como esteja a demanda dos projetos, todos os membros executam.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Possivelmente divergentes, já que não se verifica uma relação direta do que se pratica na Eleven e das disciplinas do curso. Contudo, podem ser considerados complementares, já que a Eleven tem um foco mais direcionado para serviços relativos ao Comércio Exterior, que está dentro das Relações Internacionais, e a EJ tenta trazer isso como forma de contribuir na formação do membro.

APÊNDICE X. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Expand Jr.

Empresa: Expand Jr. Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Nome do responsável legal pela empresa: Giovanna Soares

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 29/04/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A Expand Jr. foi fundada em 2015, por um grupo de alunos que tinham o objetivo de colocarem prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula. Contudo, por conta da não aceitação inicial, a empresa demorou a se desenvolver.

2. Há quantos anos existe a EJ?

5 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

15 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Executiva (Presidência e Vice-Presidência), Diretoria de Comercial, Diretoria Jurídico Financeiro, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos, Diretoria de Recursos Humanos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Estudo e Análise de Mercado, Dupla Nacionalidade Portuguesa, Passaporte Brasileiro, Prospecção Internacional de *Leads*, Captação de Recursos, Planejamento Logístico.

7. Qual o local da sede da empresa?

Ainda não possuem uma sede fixa. Atualmente utilizam salas emprestadas pela universidade, como a sala do Centro Acadêmico do curso.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O objetivo principal da existência da Expand no curso é o de propiciar uma vivência empresarial, ainda no âmbito acadêmico, e permitir que seus membros se desenvolvam o máximo possível, tanto pessoal quanto profissionalmente.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

No primeiro período a motivação principal é a curiosidade, conhecer o novo, e querer participar de tudo que o curso proporciona. Nos anos subsequentes, observa-se que a principal motivação é o aprimoramento do currículo e o desenvolvimento para a atuação no mercado de trabalho.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

4 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 1

2018 - 15

2019 - 11

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 – R\$ 2.092,00

2018 - R\$ 15.740,74

2019 - R\$ 5.480,16

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 500,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Pequenas e médias empresas e empreendedores.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

São mais do estado do Rio de Janeiro.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Possuem os dois tipos de prospecção, mas, a conversão maior é por meio da ativa.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Acredita que sim, apesar do mercado de trabalho de RI ser meio indefinido. Se alguém pretende trabalhar de fato com RI, com o viés de Comércio Exterior, vai fazer muito do que se exerce dentro da EJ.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Acredita que não, pelo fato da maioria dos clientes não saberem ao certo o que um profissional de RI faz, ou ainda, como funciona o curso. E isso pode estar associado ao fato do mesmo ser muito amplo, onde não se tem uma noção exata.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não considera que esteja concorrendo com Empresas Juniores de cursos diferentes de Relações Internacionais, principalmente por conta da diferenciação com *expertise* internacional que existe dentro da EJ. E ainda, não considera que concorrem ou competem com nenhuma outra EJ de RI, pois enxerga muito mais para o interior da empresa, e em como podem crescer, e se desenvolver, cooperando com as outras, do que concorrendo com elas. Dessa forma, acabam se ajudando mutuamente pelas demais Empresas Juniores do curso.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

O curso de RI proporciona uma base muito boa para os alunos, principalmente por ser bem abrangente. Sendo assim, os alunos têm conhecimento para lidarem com a economia, política, direito e cultura de outros países. E ainda, conseguem olhar e analisar esses

pontos com um olhar bem crítico e neutro, contribuindo assim, para a realização dos projetos.

Ainda de forma mais específica, existem matérias de Comércio Exterior, Teoria da Negociação, Processos Organizacionais, que contribuem para a realização das atividades da EJ.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso tem um viés acadêmico.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

A intenção é que todos dentro da Expand realizem projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Complementares, pois no curso existem matérias de negociação, COMEX e processos organizacionais, e muito do conteúdo dessas matérias são utilizados na EJ. Além de toda a base teórica que as matérias propiciam, dando um norte para as análises de mercado.

APÊNDICE XI. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da F5 Jr.

Empresa: F5 Júnior - Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

Nome do responsável legal pela empresa: Julia Delboni

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 17/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A F5 Jr. surgiu com o intuito de ter uma atividade prática dentro do curso. A Empresa Júnior foi criada há 8 anos, apesar de não ter tido muitos serviços de imediato, iniciando o seu avanço após a federação à Brasil Júnior.

2. Há quantos anos existe a EJ?

8 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

9 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência e Vice-presidência, Diretoria Administrativo Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Análise de Negociação, Análise de Viabilidade, Tendência Internacionais, Análise Logística, Análise Tributária, Análise Mercadológica.

7. Qual o local da sede da empresa?

Tem uma sala cedida pela universidade, dentro da universidade existem quase 20 EJs, todas com sua sala. Caso uma Empresa Júnior não possua uma sala própria, essa utiliza uma compartilhada.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O objetivo principal da F5 Jr. É o de desenvolver a lado profissional de seus membros, seja através da participação nas atividades da própria empresa, ou investindo nos mesmos, com capacitações, eventos, cursos, palestras.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A maior motivação para um aluno do curso entrar na EJ é o aprendizado. Ainda que, por vezes haja uma aversão ao mercado de trabalho privado, os alunos possuem curiosidade em conhecer o meio e adquirir conhecimento técnico.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

2 meses e meio.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 0

2018 - 4

2019 - 5

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 0,00

2018 - R\$ 4.200,00

2019 - R\$ 2.250,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 1.200,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Trabalha com diferentes empresas e produtos, mas em sua maioria, o público-alvo são de micro a médias empresas.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Sim, principalmente os clientes dos projetos de importação de produtos e serviços.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Realizam e se focam na prospecção ativa, mas, a que atrai mais clientes é a passiva.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Não tem muita certeza, pois a F5 lida muito com projetos relativos à temas de Comércio Exterior, e a maioria dos egressos de RI acaba não indo tanto para esse âmbito. Contudo, a EJ desenvolve habilidades importantes para qualquer profissional, como liderança, trabalho em equipe e oratória.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Os clientes entendem que basicamente o que RI faz, é o que a EJ vende, principalmente com relação à atuação no mercado privado.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

A única concorrência seria com as demais Empresas Juniores de Relações Internacionais do mesmo estado, porém, até mesmo com estas empresas, nunca existiu um sentimento de concorrência.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

Grande parte do que é realizado dentro da F5 não é aprendido na faculdade. A maior contribuição do curso é através da existência da disciplina de Análise de Comércio Internacional.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso possui um viés acadêmico.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos os membros dentro da EJ executaram projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A representante considera que sejam divergentes, pois grande parte do que é feito na EJ não é aprendido em sala de aula, então, os membros acabam tendo que buscar materiais por fora para a realização de projetos

APÊNDICE XII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Firenze.

Empresa: Firenze Empresa Júnior

Universidade pertencente: Universidade Federal de Goiás (UFG)

Nome do responsável legal pela empresa: Larissa Duarte

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 17/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A empresa teve sua fundação no final de 2015 e início de 2016, três anos após a criação do curso de Relações Internacionais na UFG. A Firenze foi criada com o intuito de agregar uma atividade prática ao curso, pois se sabia que RI é bastante teórico.

2. Há quantos anos existe a EJ?

4 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente possui 15 Membros, mas após o processo seletivo, estima-se que terão 20 pessoas.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência Institucional, Presidência Organizacional, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Comunicação, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Diagnóstico Firenze, Análise Logística, Análise de Mercado, Formação de Preço, Análise Burocrática, Prospecção Internacional, Dupla cidadania, Visto.

7. Qual o local da sede da empresa?

Possui uma sala dentro da universidade, cedida pela mesma.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O objetivo da Firenze é o de impactar pessoas positivamente. Para os membros, é capacitar, através dos projetos da EJ, de cursos, palestras, etc. E para os clientes, executar projetos de qualidade e com preço acessível, causando impacto positivo e dando passos para tornar o Brasil cada vez mais internacionalizado.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

Além da motivação principal que consiste na falta de prática dentro do curso e o enriquecimento do currículo, a Firenze também atrai alunos com as ideias do Movimento Empresa Júnior, de impactar positivamente o ambiente em que está inserido.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

2 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 15

2018 - 4

2019 - 1

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 11.169,00

2018 - R\$ 948,00

2019 - R\$ 100,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 100,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

A definição do público alvo dentro da EJ ainda não foi tão bem pensada. O foco geral são as micro e pequenas empresas com potencial de internacionalização, mas, pretende-se definir melhor algum setor para alcançar o maior número de projetos vendidos.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Os projetos geralmente não são da região na qual a EJ está inserida. Até agora, todos foram em outros estados do Brasil, nenhum de Goiás.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A empresa possui os dois tipos de prospecção, mas, a mais assertiva é a passiva.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A representante considera que com certeza, caso o egresso pretenda seguir alguma área relativa ao Comércio Exterior. A Empresa Júnior dá uma base sólida, não apenas de conhecimento técnico, mas também comportamental e de funcionamento do mercado de trabalho privado. Como lidar com pessoas, trabalho em equipe, liderar grupos e fazer *networking*, as quais irão facilitar as atividades desenvolvidas no mercado de trabalho pelo membro formado.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

A representante entende que provavelmente não, por considerar que os clientes que chegam até a empresa com o intuito de exportar, possuem pouco entendimento do que os egressos de RI realizam nas atividades como as da Firenze, porém, a maioria das pessoas não conhecem muito o curso, sobretudo na cidade de Goiânia, onde ainda é bem desconhecido.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não estaria concorrendo com nenhuma EJ de outro curso, por que possuem serviços distintos, e com alguma Empresa Júnior de Relações Internacionais, seria a EJ da PUC-GO. Mas, não considera que esteja concorrendo com qualquer EJ, pois a Firenze não tem a tendência de enxergar outras Empresas Juniores como concorrentes, mas sim como uma rede de cooperação.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

A matéria de Comércio Exterior existente no curso é muito boa, dando uma profunda noção de elementos que um projeto de internacionalização necessita, e ferramentas que podem ser utilizadas para executá-lo. Além da disciplina de COMEX, as de laboratório também ensinam a utilização de ferramentas. A participação na EJ ajuda a passar uma visão de COMEX, e de uma possível área de atuação profissional, algo pouco comentado na UFG. Propicia também um conhecimento muito mais prático, e próximo do mercado de trabalho, que poderiam ser passados por uma atividade de alguma matéria.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso tem um foco acadêmico, e um pouco de direcionamento para diplomacia.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Ao menos uma pessoa de cada diretoria deve participar da execução de um projeto.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Complementares, pois as atividades da EJ dão uma noção, na prática, da matéria de COMEX, e proporciona aos membros a oportunidade de entender mais sobre gerenciamento de projetos, importante pra quem seguirá a carreira de Relações Governamentais ou Comércio Exterior.

APÊNDICE XIII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Global Jr. RS.

Empresa: Global Jr. ESPM Sul

Universidade pertencente: Escola Superior de Propaganda e Marketing Sul (ESPM Sul)

Nome do responsável legal pela empresa: Andressa Cardozo

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 28/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A empresa foi fundada no final do ano de 2007, começo de 2008, por um grupo de alunos que almejavam mais atividades práticas dentro do curso.

2. Há quantos anos existe a EJ?

12 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Qualquer estudante da ESPM pode entrar na empresa, não somente os pertencentes ao curso de Relações Internacionais, como exemplo, já houve a presença de estudantes dos cursos de Publicidade e Propaganda e Administração.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente possuem 3 pessoas, mas a pretensão é que tenham 9 com a finalização do Processo Seletivo do ano de 2020.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Presidente, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Marketing e Vendas, Diretoria de Projetos, Diretoria de Recursos Humanos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Internacionalização, Pesquisa de Mercado Internacional, Estudo Burocrático, Análise Logística, Analise Cultura, Viabilidade Internacional, Plano de Marketing, Serviços de Tropicalização.

7. Qual o local da sede da empresa?

A ESPM/RS sede salas para cada EJ. Dessa forma, a Global Jr. tem uma sala de ambiente comum para os membros e uma sala de reunião.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

A presidente entende que a Global Jr. foi criada para ser um capacitador de líderes, de bons gestores, criador de posicionamento fortes e de liderança, dentro de uma sociedade que precisa de mudança, sendo a EJ um catalizador desse processo.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

Aprender com a EJ, como forma de se capacitar e ser melhor aproveitado no mercado de trabalho. Se tornando assim, o meio pelo qual se obtêm o primeiro acesso para oportunidades de serviço.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

4 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 12

2018 - 8

2019 - 3

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 8460,00

2018 - R\$ 36408,00

2019 - R\$ 12279,16

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 6.000,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

A EJ trabalha mais com microempresas, porém, também atendem empresas de pequeno e médio porte, com o intuito de expandir para as de grande porte.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Os clientes são bem distribuídos ao redor do Brasil.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Mais passiva, convertendo mais cliente através do LinkedIn premium.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A representante considera que os membros da Global, ao se direcionarem para o mercado de trabalho, provavelmente irão executar funções relativas às atividades exercidas na EJ.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Normalmente os clientes não sabem direito o que RI faz, veem mais como um profissional de COMEX, ou levam mais a sério a questão de marketing. As EJs de Relações Internacionais fazem análises e colocam os melhores processos para serem seguidos para a internacionalização da empresa do cliente, e não apenas aspectos técnico típicos de Comércio Exterior.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não acredita que concorra especificamente com outros cursos, nem que haja uma competição entre as EJs de RI. Inclusive, a presidente vem tentando fazer o grupo das Empresas Juniores de Relações Internacionais ser mais coeso e participativo, compartilhando as questões e as dores em comum. Isso porque, muitas vezes os empecilhos que a Global Jr. tem, o MEJ não abarca. As dificuldades que as empresas do âmbito enfrentam são mais complexos que as de Administração ou Engenharia, por exemplo. As EJs de RI têm um obstáculo a mais para vender seus produtos pois ainda necessitam entender qual é o mesmo a ser vendido. Enquanto algumas EJs, dizem que para vender é só seguir determinados passos, as de Relações Internacionais seguem todo o indicado, fazem um pouco mais, e ainda assim não vendem.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

A representante considera que tem muita relação. Nos primeiros semestres do curso, existe um trabalho integrado que precisa ser feito. O aluno precisa fazer um trabalho de marketing, que é basicamente um dos serviços que a Global Jr vende. A disciplina é uma excelente base para realizar o projeto, porém, o estudante muitas vezes aprende muito mais na Global que na própria disciplina em si.

Vários aspectos que precisam ser feitos dentro da EJ são ensinados ou facilitados através de disciplinas do curso. Um exemplo é uma cadeira de COMEX, onde é necessário realizar um projeto internacional, e enquanto se faz o projeto, os professores ajudam. Algumas vezes, o estudante aprende as coisas dentro da Global Jr. antes de aprender na sala de aula. O profissional de RI tem que ter percepção e poder de síntese, capacidade analítica, compreendendo as melhores possibilidades de acordo com cada situação, perceber os problemas e motivações e compreender como agregar às soluções, e isso se aprende na sala de aula, e se aprimora atuando na EJ.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso de RI na ESPM/RS é bem empresarial. Algumas pessoas até saem dele porque querem diplomacia governamental, e a faculdade é bem focada em marketing. As que se formam, normalmente começam a trabalhar numa empresa grande, como por exemplo a Uber, Tramontina, em suas frentes internacionais.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

A representante informou que sim, pois a EJ tenta ao máximo fazer com que todos aprendam. Mas, às vezes a alocação para as consultorias é mais por questão de demanda do que por estrutura empresária.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A atividade da EJ é extremamente complementar ao curso. Embora a ESPM tenha um viés mais empresarial, e a Global seja um bom esforço da ESPM, várias atividades que são realizadas na Global não foram vistas, ou não vão ser vistas no curso. Tendo que partir do próprio aluno, a busca do conhecimento na global, nos projetos, ou até mesmo nas diretorias e na gestão. Os eventos realizados pelo MEJ também ajudam a ter uma noção grande e isso faz com que seja complementar.

APÊNDICE XIV. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Íteri.

Empresa: Íteri Júnior - Associação Empresa Júnior de Relações Internacionais

Universidade pertencente: Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD)

Nome do responsável legal pela empresa: Milena Milhomem

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 19/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A fundação da Íteri ocorreu logo nas primeiras turmas do curso de Relações Internacionais da UFGD, e a maior motivação para sua criação foi a de poder realizar atividades práticas ainda no curso, vender projetos e conseguir capacitar os membros.

2. Há quantos anos existe a EJ?

8 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente possuem 12 membros, mas ainda não realizaram o processo seletivo, pretendo ter 24 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Presidente e Vice-Presidência, Diretoria Jurídico-Financeiro, Diretoria de Marketing, Diretoria de Recursos Humanos, Diretoria de Vendas e Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Diagnóstico de Maturidade Exportadora, Estudo de Mercado Alvo, Consultoria de Tributação, Planejamento Logístico, Análise Burocrática, Tradução e Intérprete, Representação Comercial, Captação de Recursos, Dupla nacionalidade e assessoria em vistos, Análise de Danos e Riscos.

7. Qual o local da sede da empresa?

Tem uma sala, dividida com o curso de Direito, cedida pela direção da universidade, que fica perto da cidade e possuem uma sala pra reuniões.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O curso que a EJ está inserida é bem acadêmico, e o objetivo da Ínteri é o de capacitar os membros por meio de atividades práticas, através dos projetos realizados, cursos e palestras disponibilizados pela empresa.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A maior motivação para quem quer entrar na EJ é o crescimento próprio, desenvolvimento pessoal e profissional.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

40 dias úteis.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 8

2018 - 15

2019 - 20

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 5.274,80

2018 - R\$ 17.467,10

2019 - R\$ 23.208,40

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 1.000,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Não tem um público alvo bem definido. Tendem a focar em pequenas e médias empresas, mas atendem diferentes tipos de clientes, maquinários e setores.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A maioria dos clientes é de fora da região que a EJ está inserida. A fronteira com o Paraguai é próxima da cidade da empresa, e durante muito tempo trabalhou com projetos relacionados à “Lei de Maquila”, lei Paraguaia para atração de empresas brasileira. Clientes de todo o país os buscavam, principalmente nos anos de 2017 e 2018 para realizarem projetos com essa temática.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Possuem os dois tipos de prospecção, mas, se utilizam mais da ativa. Fazem a prospecção ativa através do mapeamento das empresas por setores, e tem passiva pelo Google Ads e indicação de outros clientes.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Talvez alguns projetos sejam mais do âmbito de Relações Internacionais que outros. As atividades de Captação de Recursos, Estudo de Mercado Alvo, Planejamento Logístico, são bem próprios de uma consultoria empresarial de RI. Já alguns outros projetos seriam mais como “subáreas”, tradução e interprete, representação comercial.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

A representante crê que os clientes que já são fidelizados entendem os serviços feitos pela EJ? como próprios de um profissional de Relações Internacionais. A empresa fideliza de 3 a 4 clientes por ano, e percebe que os clientes conseguem compreender melhor os serviços e a relação com o curso.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não considera que haja concorrência entre as Empresa Juniores. Até mesmo aquelas que vendem o mesmo tipo de serviço, a Ínteri tende a cooperar, e realizar Projetos Compartilhados.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

As disciplinas do curso contribuem de maneira geral para a execução dos projetos, principalmente com análises e formas de pensar. E a participação na EJ ajuda os alunos a serem mais participativos e responsáveis com as disciplinas.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso possui um direcionamento para a atuação acadêmica.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos os membros da empresa executam projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A representante considera que como o curso é muito acadêmico, e a EJ tem um viés mais prático, as atividades são divergentes. As disciplinas provêm uma base do necessário para a realização dos projetos, mas, não aprofundam o conhecimento, aquilo que é aprendido na Ínteri nunca vai ser visto apenas na sala de aula.

APÊNDICE XV. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Líderi.

Empresa: Líderi Jr. Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Nome do responsável legal pela empresa: Sophia Felizola

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 28/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

Surgiu com o intuito de agregar uma atividade prática à formação dos alunos do curso. As atividades iniciais da EJ tiveram como foco arrecadação de verba, e promoveram eventos com diversos temas, porém mais focado em palestras sobre Comércio Exterior. Após a fundação da empresa começou-se a pensar os serviços que poderiam ser vendidos, começando pela tradução, até chegarem no foco e direcionamento para serviços de consultoria para exportação e importação.

2. Há quantos anos existe a EJ?

8 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente possuem 12 membros, mas ainda não finalizaram o Processo Seletivo.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Presidente, Diretoria Comercial, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Análise Burocrática, Pesquisa de Mercado, Prospecção Internacional, Marketing Internacional.

7. Qual o local da sede da empresa?

Tem uma sede, no mesmo prédio que o Centro Acadêmico. Atualmente a sede é dividida com outra EJ, mas é principalmente ocupada pela Líderi.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

Atualmente, é propiciar uma vivência empresarial para os membros, e tentar abranger uma parte do curso que é bastante deficitária. Além disso, tem como uma meta tornar o estado da Paraíba mais internacionalizado.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A principal motivação de quem quer entrar na Lideri é a vivência e experiência empresarial. A EJ pretende ser um modelo no âmbito de COMEX, e essas atividades acabam atraindo alunos que têm interesse nessa área.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

6 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 2

2018 - 11

2019 - 11

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 1.093,25

2018 - R\$ 1.388,19

2019 - R\$ 7.540,87

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 400,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

O público alvo da Empresa Júnior são empresários da Paraíba com empresas de micro à médio porte, e que tenham interesse em expandir as suas atividades. Mas, apesar de poderem trabalhar também com microempresas, a representante ressalta a importância

em identificar as empresas que são muito pequenas e não teriam capacidade para internacionalizar seu negócio.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Apesar de já terem tido clientes em outros estados, a maior parte é da cidade de João Pessoa.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A prospecção ativa é a mais praticada pela EJ, principalmente por meio de ligações.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A representante considera que sim, e não apenas no âmbito de empresas privadas. Uma pesquisa de mercado bem estruturada é necessária não apenas para empresas que querem expandir seus negócios, mas também para governos, que querem buscar investidores ou parceria. O que é aprendido na Empresa Júnior pode ser estendido para outros âmbitos. As competências e habilidade que se desenvolvem participando de áreas específicas, como a Administrativo-Financeiro, ajudam bastante um profissional. E se um egresso tem desejo de trabalhar com COMEX, os conhecimentos da Líderi são essenciais.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

É difícil afirmar, mas provavelmente não consideram. Muitos dos clientes não entendem exatamente o que é o curso de Relações Internacionais, seguindo o pensamento de senso comum da área, que é o trabalho com diplomacia.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

A Líderi não possui um pensamento de competição com demais EJs. Se fosse para considerar alguma concorrência, não haveria com nenhuma empresa fora as do curso de Relações Internacionais, já dentro do estado existe a Eleven, a Empresa Júnior de RI da Universidade Estadual da Paraíba. Contudo, o foco desta é diferente do seguido pela Líderi, oferecendo mais serviços de visto, dupla cidadania, que são mais relacionados à diplomacia, e não tanto com internacionalização de empresas.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

A relação das matérias do curso com as atividades da Empresa Júnior são poucas, principalmente até o 4º período. Apesar da existência de um número considerável de disciplinas de Economia, estas são bastante teóricas, não tendo foco em Comércio Internacional ou Exterior.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso segue o viés acadêmico.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

O objetivo principal da Líderi é capacitar os membros. O time da área de projetos são os que mais entendem sobre os serviços vendidos, e estão principalmente para aprenderem sobre a execução e os gerenciar. Os demais membros podem realizar projetos sob a supervisão do time de projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A representante informou que a Líderi é praticamente um curso de Comércio Exterior, complementar ao de Relações Internacionais da UFPB. As disciplinas do curso, principalmente as de Economia e Comércio Internacional auxiliam na aquisição de uma visão bem ampla sobre diversos temas. Mas, com relação a colocar em prática as matérias, pouco contribuem, pois é somente na Empresa Júnior que realmente se aprende sobre a realização de projetos de consultoria de exportação e importação para clientes reais.

APÊNDICE XVI. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Orbe.

Empresa: Orbe Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Nome do responsável legal pela empresa: Huguís Silva

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 28/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A Orbe foi criada em 2003, e surgiu como uma ideia para inovação no campus, trazendo uma nova perspectiva além da acadêmica, e de grupos de pesquisas e extensão, para o curso de RI. Contudo, no começo ainda era bem semelhante com um grupo de pesquisa, e as atividades foram sendo lapidadas até se consolidarem, em 2017-2018, enquanto uma Empresa Júnior.

2. Há quantos anos existe a EJ?

17 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente a Orbe possui 16 membros, mas após o Processo Seletivo, pretende ter por volta de 30 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Presidente, Vice-Presidência, Diretoria de Projetos e Diretoria de Mercado, Coordenadoria de Relação Comercial, Coordenadoria de Marketing, Coordenadoria de Recursos Humanos, Coordenadoria de Projeto Empresarial e Coordenadoria de Projeto Governamental.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Identificação de Mercados, Estudo de Mercado, Análise Burocrática, Contatos Estratégicos, Guia do Investidor, Guia do Candidato, Internacionalização Municipal.

7. Qual o local da sede da empresa?

Possui uma sala dentro UNESP de Franca, cedida pela mesma, e compartilhada com outra EJ.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

Tendo em vista que o curso é muito teórico, a EJ tem o objetivo de proporcionar uma experiência empresarial mais prática, e servir como uma válvula de escape para os alunos que desejam ter o traquejo do mercado de trabalho.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

Ter uma vivência mais na prática do mercado de trabalho.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

9 semanas.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 1

2018 - 10

2019 - 1

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 400,00

2018 - R\$ 5.650,00

2019 - R\$ 530,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 500,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Geralmente empresários de micro, pequena e média empresas, do nicho de calçados, lingerie, cosméticos e alimentos.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A maior parte dos clientes são do estado de São Paulo.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Possuem as duas prospecções, mas atualmente estão se utilizando mais da prospecção passiva.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Considera sim, pois uma boa parte dos egressos do curso que fizeram parte da Orbe, acabam trabalhando em empresas realizando funções muito semelhantes com as que faziam na EJ.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

O representante entende que os clientes não compreendem. A maioria dos contratantes não sabem ao certo sobre o curso de Relações Internacionais, e nem percebem a importância do serviço que precisam adquirir, até que a EJ os explique.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não considera que haja concorrência com outros cursos além de RI. A disputa por clientes pode ocorrer com qualquer outra Empresa Júnior do curso de Relações Internacionais.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

O curso em que a Orbe está inserido é muito teórico, e, de forma direta, quase não se aplica nenhum aprendizado das disciplinas nas atividades da empresa. Quase todos os conhecimentos necessários para a realização dos projetos da EJ são adquiridos dentro da mesma.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso segue o viés acadêmico.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos os membros executam, sendo divididos em grupos, onde cada um possui um diretor de projetos com seus respectivos coordenadores

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Divergentes, pois o curso é extremamente teórico, enquanto a Empresa Júnior é prática, realizando projetos para clientes reais, e não apenas aprendendo na teoria.

APÊNDICE XVII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Pangea.

Empresa: Pangea Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO)

Nome do responsável legal pela empresa: Ludimila Corcino

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 25/04/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A Pangea iniciou suas atividades em 2016, tendo a ideia de sua criação iniciada em 2014, com o intuito de criar um espaço para a realização de experiências práticas, relacionadas com o curso de Relações Internacionais.

2. Há quantos anos existe a EJ?

4 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

19 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Marketing, Diretoria Institucional, Diretoria de Projetos, Recursos Humanos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Análise Mercadológica, Diagnóstico Pangea, Planejamento para Exportação e Importação, *International Business*, Autópsia de Mercado, Retirada de Visto e Dupla Cidadania.

7. Qual o local da sede da empresa?

Ainda não possuem uma sede.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

Atualmente tem uma ligação grande com o MEJ. O objetivo é oferecer para os alunos uma oportunidade prática, vivência do mercado de trabalho, realizando projetos entrando em contato com clientes. Além de proporcionar ao membro uma experiência empresarial, e permitir que se desenvolvam como líderes e bons trabalhadores em equipe.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

É a aproximação com o mercado de trabalho, e a identificação com a cultura da empresa. A Pangea não é apenas uma empresa com os processos restritos e fechados, mas que promove a conexão e um bom trabalho entre os membros. A maioria dos alunos que entram na EJ têm interesse na área de Comércio Exterior e querem aprender de forma mais prática.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

70 dias úteis.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 0

2018 - 0

2019 - 5

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 0,00

2018 - R\$ 0,00

2019 - R\$ 5.500,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 1.000,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Para os projetos destinados à Pessoas Jurídicas, o público alvo são pequenas e médias empresas que sejam bem estabelecidas no mercado goiano, e tenham intuito de internacionalizar. No caso das pessoas físicas, são alunos que tenham intenção de adquirir visto.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

São da própria cidade.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A empresa se utiliza mais da prospecção ativa.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Considera sim. Apesar de trabalhos específicos de retirada de visto e dupla cidadania não se encaixarem, os serviços de consultoria envolvendo exportação e importação, permitem que egresso exerça essas funções na área de Comércio Exterior.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Acha que não, pois os clientes possuem pouca noção do que é Relações Internacionais. Em geral, ainda existe um afastamento das pessoas com o entendimento do curso, e alguns veem o profissional de RI apenas como um facilitador dos procedimentos de exportação e importação.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

A competição ocorreria apenas com relação a alguns serviços específicos, desconsiderando a *expertise* internacional da EJ de RI. Algumas EJs de economia que realizam pesquisa de mercado, e de administração que façam Análise de Forças Oportunidades Fraquezas e Ameaças (FOFA) estão próximas em serviços, e podem acabar concorrendo.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

As matérias auxiliam bastante na execução dos projetos da Pangea. As disciplinas de Empresas Multinacionais, Gestão Estratégica e Comercio Exterior ensinam diretamente o que deve ser feito em várias fases dos serviços da EJ. No 7º período do curso existe uma matéria que possui um trabalho praticamente idêntico a um projeto da Pangea. A questão é que muitos alunos entram cedo na EJ, ainda antes do 4º período, e quando vão realizar

a matéria, já executaram projetos e não aprendem de fato com a disciplina, porém apresentam maiores facilidades nelas. E outras matérias como Política Internacional, ajudam nas análises que necessitam ser feitas ao longo das atividades.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso é bem voltado para Comércio Exterior, apesar de ser bem interdisciplinar e ter matérias de diversos âmbitos, existem várias matérias de COMEX. Goiás é um estado muito agroexportador, então, talvez seja até pela localidade do curso que ele tenha esse foco.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

A pretensão da empresa é que somente a equipe de projetos realizem os serviços.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

É bem complementar, porque as matérias apesar de ensinarem muito sobre o Comércio Exterior, ainda é uma forma de aprender bem teórica. Dentro da EJ, com a venda dos serviços para clientes reais, aprende-se de forma prática, complementando o que se estuda no curso.

APÊNDICE XVIII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Prisma.

Empresa: Prisma Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Nome do responsável legal pela empresa: Débora Parolim

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 01/03/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A Prisma teve suas atividades iniciadas com o intuito de atuar como uma “câmara de comércio” dentro da faculdade, realizando estudos e pesquisas típicas de uma. Com o passar do tempo, a EJ começou a realizar serviços, consultorias, adaptação de sites, e resolveu se federar à Brasil Júnior em 2017, assumindo uma postura enquanto Empresa Júnior, realizando consultorias internacionais.

2. Há quantos anos existe a EJ?

15 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente possuem 22 membros. Porém, a pretensão após a realização do processo seletivo é haver 40 pessoas na EJ.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Presidente, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Comunicação, Diretoria de Negócios, Diretoria de Recursos Humanos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Identificação de Mercados, Análise de Mercado, Regulamentação e Tarifas, Lista de Compradores.

7. Qual o local da sede da empresa?

Possui uma sala dentro da PUC, cedida pela mesma.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O objetivo da empresa é propiciar e aprofundar a vivência dos alunos do curso de RI com o mundo empresarial. Além de transformar e tornar possível o processo de internacionalização para diversas empresas, de forma humanizada, tendo foco principal o cliente e sua satisfação.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

Acredita que boa parte dos interessados em entrar na Prisma o fazem por conta da palestra ministrada nas primeiras semanas de aula, abordando o mercado de trabalho, e explicando sobre a Prisma, que instiga os alunos a ter uma experiência profissional ainda na universidade e enriquecer o currículo, além das horas complementares.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

6 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 10

2018 - 1

2019 - 8

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 14.650,00

2018 - R\$ 6.500,00

2019 - R\$ 5.641,93

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 650,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Empresas de pequeno e médio porte, principalmente do ramo alimentício.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Atendem mais clientes de fora do estado, inclusive alguns de fora do Brasil.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Antes usavam mais a prospecção ativa, e atualmente estão alterando para a passiva.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Sente bastante que sim. A representante consegue perceber que as atividades realizadas na Prisma são muito semelhantes com as feitas dentro dos departamentos internacionais de empresas sênior. A representante ressalta ainda o fato de que muitos dos ex-membros da EJ chegam a estagiar ou trabalhar em empresas de São Paulo realizando atividades muito semelhantes às desenvolvidas dentro da EJ.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Acredita que sim. Para a representante, é perceptível a relação entre RI, exportação e importação. Onde os clientes entram em contato com a Prisma já com o intuito de realizar esses serviços, e pretendendo entender como a EJ pode auxiliar.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não considera que esteja concorrendo com nenhuma EJ de outro curso. Embora algumas Empresas Juniores de Administração ou Economia realizem projetos semelhantes, estas não possuem *expertise* que as de Relações Internacionais têm.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

O que se aprende dentro da Prisma, muitas vezes está ausente no curso. Aprendizados sobre exportação e importação, matérias que auxiliariam diretamente na execução dos projetos, acordando o comércio entre os países e as diretrizes, é visto apenas na metade do curso, e normalmente o aluno já fez parte da EJ antes de cursar essas matérias.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso de RI da PUC tem um viés bem acadêmico, está dentro do departamento de ciências sociais.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos executam, após a escolha do diretor de negócios, que indica quais membros que irão participar do projeto.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Acha que são bem complementares, pois o curso da PUC é muito voltado para o lado acadêmico. Apesar de no curso possuir laboratórios de habilidades, que falam das possibilidades laborais, eles proporcionam pouca vivência, enquanto a Prisma propicia uma boa experiência para o mercado de trabalho, principalmente para os interessados em trabalhar com o setor privado, e com a consultoria internacional.

APÊNDICE XIX. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Reina.

Empresa: Reina Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Nome do responsável legal pela empresa: Alicia Brito

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 19/02/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A Reina foi fundada no dia 22 de janeiro de 2014, por um grupo de alunos que tinha por objetivo realizar uma atividade mais prática durante o curso. Desde sua data de fundação até hoje, a EJ trabalha com os mesmos serviços de consultoria para importação e exportação, tendo estes apenas sido aprimorados.

2. Há quantos anos existe a EJ?

6 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente possuem 8 membros, mas ainda não realizaram o Processo Seletivo.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Geral, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria Comercial, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Pesquisa de Mercado, Análise Burocrática, Análise Logística, Análise Financeira, Prospecção de Contatos.

7. Qual o local da sede da empresa?

Possuem uma sala própria, cedida pelo departamento que estão inseridos.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

A Reina tem como objetivo capacitar seus membros, e fazer com que estes e a própria empresa sejam mais capazes, inovadores e experientes. Além da capacitação dos membros, a EJ também presa pela aproximação com o curso e com a universidade, sempre que possível, passando ensinamentos para os estudantes de RI.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A maior motivação para a entrada de novos membros é a vontade de aplicar conceitos aprendidos no curso em um âmbito não teórico. Além de ser uma oportunidade de experimentar algo novo, reforçar os aprendizados do curso em algumas disciplinas, e agregar ao currículo.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

45 dias úteis.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 9

2018 - 10

2019 - 23

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 6.657,00

2018 - R\$ 5.023,20

2019 - R\$ 10.496,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 450,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

O público alvo da EJ são pequenas e médias empresas. Contudo, sentem uma dificuldade de atuação por conta da realidade do estado que estão inseridos, pois Sergipe não possui uma cultura exportadora forte.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

É histórico vender projetos para outros estados, por isso a ativa é equilibrada com a passiva, onde também há prestação de serviços para fora do país.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Historicamente a Prospecção da Reina é mais passiva, contudo, nos últimos anos a empresa vem equilibrando os dois tipos de prospecção.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Sim, são. Principalmente se o membro for trabalhar no setor internacional de alguma empresa, com a expansão da empresa sênior, lidar com trâmites de exportação e importação, assessoria comercial, ou ainda como representante comercial desta. A Empresa Júnior fornece uma boa base para todas essas possíveis atuações de um egresso de Relações Internacionais.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Acredita que não, pois a maioria dos clientes não compreendem o que é RI. Ao entrar em contato com os clientes, a EJ realiza um processo de explicação do curso e da EJ, antes de tentar vender seus serviços, pois consideram que é necessário conscientizar as pessoas da existência do curso. No entanto, quando tentam abordar sobre o curso, e os contratantes não compreendem os serviços oferecidos, a Reina se mostra como uma consultoria internacional, e facilitadora dos trâmites de exportação e importação.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não considera que haja concorrência com nenhum outro curso, pois os projetos oferecidos são bem distintos e ainda, a Reina é a única EJ de RI do estado de Sergipe, não havendo outras EJs de RI próximas. Talvez se existisse uma EJ de COMEX poderia haver alguma competição por projetos.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

No curso de RI da UFS existe uma matéria voltada para o Comércio Exterior, e com essa se observa um alinhamento direto com as atividades da empresa. Porém, com relação às outras disciplinas, é necessário um pensamento mais profundo para entender de verdade como elas auxiliam, e como utilizar os conhecimentos para a execução dos projetos, ou nas atividades da EJ.

Nessa linha, um exemplo é o Laboratório de Simulação Negocial, que auxilia nas negociações, seja ela bilateral com os clientes, ou na execução de um plano de ação para apresentar para o contratante mediar com os compradores de seu produto.

E a maioria das disciplinas contribuem bastante, com uma base teórica sólida e desenvolvimento de um pensamento mais analítico, que não se adquiriria de outra forma, tornando-se muito importantes.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O foco do curso é bem acadêmico.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos os membros executam projetos, mas, o controle de qualidade fica a cargo da Diretoria de Projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Considerando que os quatro anos do curso são bem acadêmicos e teóricos, a Reina faz com que seja colocado em prática os conteúdos aprendidos em sala, reforçando assim, o conhecimento de matérias de Economia, Comércio Exterior e Laboratório de Simulação Negocial, permitindo que a formação de seus membros seja complementada.

APÊNDICE XX. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da RI USP Jr.

Empresa: RI USP Empresa Júnior

Universidade pertencente: Universidade de São Paulo (USP)

Nome do responsável legal pela empresa: Maria Carolina Martins de Faria

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 08/05/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A RI USP Jr. foi fundada em 17 de março de 2007, quando o curso de RI ainda era parte da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária (FEA). Até o ano de 2011 a EJ ainda possuía alunos de RI e da FEA. Em 2011, com a criação do Instituto de Relações Internacionais, a empresa centrou-se mais no próprio curso, e os membros passaram a ser apenas alunos deste.

2. Há quantos anos existe a EJ?

13 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

52 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria de Presidência e Vice-Presidência, Diretoria Administrativa-Financeiro, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos, Diretoria de Recursos Humanos, Diretoria de Relações Públicas.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Pesquisa de Mercado, Análise Conjuntural, Análise Tributária, Análise Burocrática, Análise Concorrencial Estratégica, Mapeamento de Contatos, Dupla Cidadania Portuguesa.

7. Qual o local da sede da empresa?

Possuem uma sede própria cedida pelo instituo que estão inseridos.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

De forma mais objetiva pretende capacitar ao máximo seus membros para a atuação no mercado de trabalho, desenvolver habilidades básicas e necessárias como elaboração e apresentação de relatórios, negociação, Excel, além de propiciar um conhecimento de RI mais específico e mais prático. Avançar na capacidade analítica de comparação e compreensão dos índices de países, realização de pesquisas de mercados fornecedores, análise tributárias, compreensão da política internacional.

De forma um pouco mais subjetiva, tende a ensinar valores básicos aos seus contribuintes, como trabalho em grupo, ética, transparência, valorização, solidariedade no ambiente de trabalho, e saber como se portar no meio empresarial.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A maior motivação de quem entrar na EJ é a vivência prática do mercado de trabalho, e o entendimento da área de Comércio Exterior, em falta no curso.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

2 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 1

2018 - 1

2019 - 2

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 2.100,00

2018 - R\$ 2.300,00

2019 - R\$ 4.400,00

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 1.750,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Micro e pequenos empreendedores que já tenham uma empresa, ou possuam noção de como abrir uma, e tenham interesse na internacionalização da mesma.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A maioria dos clientes são do estado que a empresa está inserida.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Possuem os dois tipos de prospecção, mas, a mais assertiva é passiva.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A representante considera que sim, principalmente se o membro for trabalhar em uma empresa de consultoria. Não precisa ser necessariamente uma de internacionalização, que compreendem os serviços da EJ, mas, em qualquer outra, pois os levantamentos de dados, catalogação de documentos, análise de taxas, de conjunturas de um país, propiciam o desenvolvimento de habilidade que serão utilizadas seja qual for a assessoria. E caso os membros trabalhem em uma consultoria de internacionalização, ele realizará as mesmas atividades que realiza na RI USP Jr.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Acredita que sim, pois quando a EJ oferece seus serviços, e abordam serem de Relações Internacionais, são vistos como especialistas em negócios internacionais.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

De outros cursos existe um pouco de concorrência com a EJ da FEA, pelo fato de também realizarem projetos de internacionalização. E com EJs de RI, existe uma concorrência por clientes com a Empresa Júnior da PUC-SP, e com a Global Jr. da ESPM-SP.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

Existem duas sessões de relacionamento entre as atividades. A primeira é com relação aos aprendizados em sala de aula, que possibilitam a realização de projetos mais consistentes, e a outra é com relação as ferramentas que se aprendem a utilizar dentro da EJ, como o ensinar a pesquisar, usar Excel, trabalhar em grupo, que facilitam as dinâmicas de seminários e de realização de trabalhos da faculdade.

Como o curso é muito focado em Ciência Política, as matérias contribuem pouco para as atividades da EJ. As disciplinas que mais contribuem são as de Economia e História, com ideias e panoramas gerais, que direcionam o início dos projetos. O curso propicia uma visão generalista do funcionamento dos países, e a EJ, em cada projeto, faz um estudo mais aprofundado de algum país.

E com relação às matérias, dentro da empresa se aprofundam muito em um tema, como exportação e importação, taxas, documentos, leis internacionais. Através da realização de trabalhos de economia ou de direito já se tem uma base das relações dos países para utilizar nos projetos da EJ. E adquire uma visão diferenciada de normas e acordos econômicos, índices econômicos do mundo, e ajuda na matéria principalmente para fazer trabalho, identifica estudos de caso muito mais rápido pra realização de trabalhos.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O curso tem foco em ciência política, política internacional e teoria de relações internacionais.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos os membros executam projetos, mas a coordenação destes fica por conta da Diretoria de Projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A representante considera que as atividades da EJ são bem complementares ao curso. Muitos alunos sem a experiência adquirida na empresa, não teriam direcionamento da área profissional a seguir, pois o curso não oferece. O curso da USP é muito teórico, e bem focado em pesquisa, caso o egresso não queira seguir a área acadêmica, este se vê bem perdido.

Estudantes que fizeram parte da EJ identificaram uma área que gostariam de trabalhar, como por exemplo a análise internacional.

Para entender e realizar os serviços vendidos pela empresa, é necessário ter conhecimentos adquiridos através da sala de aula. Conhecimentos sobre leis internacionais, taxas e barreiras tarifárias e não tarifárias, além da compreensão do panorama econômico e político do mundo. Esses ensinamentos são adquiridos através das disciplinas, e aprimoradas na EJ.

A EJ propícia que o egresso do curso tenha experienciado a parte mais prática do âmbito, a vivência do mercado de trabalho, que o curso não aborda. Caso o aluno não passe pela EJ, este terá conhecimentos muito teóricos, saberá sobre as Teorias Realistas, e do Liberalismo, mas não entenderá essas aplicações no mundo o real.

APÊNDICE XXI. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da Sage.

Empresa: Sage - Empresa Júnior de Relações Internacionais

Universidade pertencente: Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Nome do responsável legal pela empresa: Vitória Mayumi Hase

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 30/04/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A Sage foi fundada em 2005, mas por muito tempo não exerciam atividades próprias de uma Empresa Júnior. A partir de 2017, a empresa começou a se estruturar melhor, com o intuito de adquirirem uma experiência que o curso não proporcionava. Nesse ano foi definida a venda de serviços relativos ao tema de Comércio Exterior, com planejamento de exportação e importação, e se federaram à Brasil Júnior.

2. Há quantos anos existe a EJ?

15 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

Atualmente possuem 11 membros, mas após a realização do Processo Seletivo estima terem 22 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Vice-Presidência, Diretoria de Comunicação (Vendas e Marketing), Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria Jurídico Financeiro, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Análise Estratégica de Mercado, Estudo de Legislação, Adequação de Embalagens, Viabilidade de Exportação e Traduções Gerais.

7. Qual o local da sede da empresa?

Atualmente conseguiram uma sede própria no campus da UNESP, no mesmo local das aulas e do curso de RI, cedida pela própria universidade.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

Oferecer para os membros uma experiência profissional, e do mercado de trabalho, através da participação de eventos, realização de projetos, reuniões com clientes, e reuniões internas. Além de formar líderes e pessoas capazes de tomarem decisões.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A maior motivação é a capacitação que a EJ dá para os membros. Dentro do curso de RI da universidade, ao menos em Marília, existe pouquíssimo aprendizado sobre Comércio Internacional, e os alunos entram na Sage em busca do desenvolvimento e aprendizado dessa área oferecida no curso.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

2 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 5

2018 - 7

2019 - 9

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 4.511,00

2018 - R\$ 7.885,02

2019 - R\$ 10.564,38

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 1.000,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

O público-alvo da Sage são pequenas e médias empresa do ramo alimentício.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A maioria dos clientes são da região de Marília, embora a empresa já realize prestação de serviços para outros países.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A EJ tem mais clientes pela prospecção passiva. Até o ano passado não tinham prospecção ativa.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Está segura que sim. A representante relata que em Marília existe uma empresa voltada para Comércio Exterior, e que grande parte dos funcionários dessa empresa são ex-membros da Sage. A Empresa Júnior é uma porta de entrada para a atuação profissional.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Acredita que não, pois os clientes não entendem exatamente o que é o curso ou um profissional de Relações Internacionais. Muitas vezes são confundidos como um profissional de COMEX.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Com relação a outros cursos, poderiam estar concorrendo com EJs de Letras, que oferecem serviços de tradução. E pode haver também uma concorrência com empresas de RI com portfólio parecidos.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

A representante considera que não existe muita relação entre as atividades da EJ e o curso, pois as matérias não auxiliam diretamente na execução dos projetos. Existem várias disciplinas de Economia, mas, todas bem teóricas, e não existem matérias de Comércio Exterior ou Internacional. A Sage é um outro nicho para adquirir conhecimentos que não seriam vistos no curso, com uma vertente para a área privada e do comércio.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

Tem bastante foco nas questões de segurança, missões de paz e resolução de conflitos.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos os membros executam projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Acredita que sejam divergentes, pois o curso foca mais na teoria, e na parte acadêmica, preparando os alunos para uma atuação enquanto professores, ou para a realização de um mestrado, enquanto a Sage prepara o aluno para a atuação no mercado de trabalho privado.

APÊNDICE XXII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Júniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da TMC.

Empresa: *TMC International - Trade & Management Consulting*

Universidade pertencente: Universidade Federal do Amapá (UFAP)

Nome do responsável legal pela empresa: Gabriela Carvalho

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior? Sim

Data da entrevista: 27/04/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A TMC é a única EJ de RI da região Norte, e começou a ter sua fundação idealizada em 2015, mas só foi concretizada de fato em agosto de 2018. A EJ surgiu com o objetivo de fomentar a característica empreendedora dos alunos do curso, e proporcionar uma atividade prática para os mesmos.

2. Há quantos anos existe a EJ?

2 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Somente Relações Internacionais.

4. Quantos membros têm na EJ?

5 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Diretoria Presidente, Diretoria Administrativo-Financeiro, Gestão de Pessoas, Diretoria de Marketing e Comercial, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Consultoria para Exportação, Consultoria para Importação, Análise de Mercado, Prospecção de Clientes, Consultoria de Marketing Local, Auxílio à Dupla Cidadania, Consultoria para emissão de visto, Tradução de Documentos.

7. Qual o local da sede da empresa?

cedida pela universidade, dentro da mesma.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O principal objetivo da TMC é capacitar seus membros, fomentar o empreendedorismo da região, e trazer visibilidade para a EJ.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

Como é bem difícil encontrar um estágio na área de RI no estado, a TMC tem um enorme valor em propiciar experiência profissional.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

3 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

Realizaram projetos apenas no ano de 2019, tendo feito 17 projetos.

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

Realizaram projetos apenas no ano de 2019, tendo o faturamento de R\$ 10.190,00.

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 600,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

O público-alvo não é bem definido pela empresa, pois ao mesmo tempo em que tendem a focar em pequenas e médias empresas, no Amapá, existem poucas que se possam trabalhar, e as que existem são muito grandes, e já possuem atividades internacionais. Dessa forma, as pequenas e médias empresas que a TMC poderia atuar, acabam se alinhando com as grandes empresas, para exportar seus produtos no mesmo container, e não precisarem se preocupar com o processo.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

A EJ foca mais em clientes locais.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

A prospecção mais assertiva da empresa é a passiva.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Sim, considera, ainda mais se o egresso quiser seguir a área privada.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

A representante considera que os clientes não entendem. Normalmente estes não possuem um conhecimento sobre o curso de RI, e quando conhecem, associam muito à profissão de diplomatas. Alguns clientes não sabem nem da existência do curso de RI na UNIFAP.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não considera que haja qualquer concorrência, a TMC é a única EJ de humanas do estado.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

No ano de 2018, a única matéria que auxiliava diretamente para a realização de projetos deixou de ser obrigatória. Ainda assim, os membros da TMC escolhem fazer a disciplina, por considerarem importante. Cadeiras outras que não a de COMEX, não agregam tanto para a realização dos projetos, salvo as de Economia e Política, que auxiliam nos direcionamentos para melhor realizar as análises.

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

É um curso com foco bastante nas questões fronteiriças da Amazônia.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos executam projetos. Apesar da divisão das diretorias, cada membro recebe atividades para realizar nas consultorias.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A representante considera que são divergentes, pois são pouquíssimas matérias que agregam conhecimento para realizar as atividades da EJ. O que se aprende na TMC é algo muito mais prático do que teórico. O conhecimento necessário para realização dos projetos é obtido através de uma “auto capacitação”, onde os membros vão em busca de artigos, informações externas de jornais, blogs, e vídeos que possam auxiliar nos processos dos projetos.

APÊNDICE XXIII. Levantamento de Dados sobre as Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil – Respostas da Entrevista com representante da XPORT.

Empresa: XPORT Jr. Consultoria e Suporte Internacional

Universidade pertencente: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

Nome do responsável legal pela empresa: Lucas Maciel

A Empresa Júnior é Federada à Brasil Júnior?

Data da entrevista: 27/04/2020

1. Como se deu a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A XPORT Jr. foi fundada em 2011, apenas com alunos de RI, e a princípio era mais uma empresa *pro bono*, oferecendo serviços gratuitos para ONGs. Somente a partir de 2015, a empresa começou a se moldar enquanto Empresa Júnior e iniciou a venda de consultorias. No ano seguinte, definiu as principais atividades, e foi federada. Em 2017 e 2018 formularam negócios mais fáceis de serem vendidos, como a Assessoria para retirada de Visto, Passaporte e Dupla Nacionalidade. Já em 2019, estendeu a entrada de membros de outros cursos, passando a ser uma EJ multidisciplinar, e se identificando como uma “Empresa de soluções internacionais”, com alunos dos cursos de RI, Economia, Administração e Direito.

A principal vontade de agregar outras formações além de RI, foi a ideia de que seria vantajoso começar a dialogar também com outras formações cursos. É raro a XPORT vender serviços separados para um cliente, normalmente vende um combo envolvendo muito deles, com temas de Direito, Economia, Comércio Exterior.

Almejando conhecimento um pouco mais aprofundado desses âmbitos para a realização de projetos EJ decidiu adotar a solução de realizar capacitações, pesquisas e estudos, com os estudantes de RI e outros cursos.

Como o curso da UFRRJ é muito acadêmico, englobando poucos aprendizados de COMEX, o aluno tem que aprender praticamente tudo sobre o âmbito dentro da própria EJ. Quando o curso de Economia passou a ser abrangido para a EJ, membros desse curso trouxeram junto uma outra visão para realização de projetos. Assim como os de Direito auxiliaram nas questões de legislação dos países envolvidos, e os de Administração agregaram em conhecimento de logística e conhecimento de gestão interna da empresa.

2. Há quantos anos existe a EJ?

8 anos.

3. Quais os cursos que a empresa abrange?

Relações Internacionais, Direito, Economia e Administração.

4. Quantos membros têm na EJ?

12 membros.

5. Qual é a estrutura organizacional da Empresa Júnior?

Presidência, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Comunicação e Marketing, Diretoria de Gestão de Pessoas, Diretoria de Projetos.

6. Quais serviços a EJ oferece?

Soluções em Importações, Soluções em Exportações, Análise de Mercado Internacional, Dupla Nacionalidade, Consultoria em Viagem: Visto e Passaporte.

7. Qual o local da sede da empresa?

Tem uma sala dentro da UFRRJ, cedida pela mesma.

8. Qual é o objetivo da Empresa Júnior em que está inserido?

O principal objetivo é prover uma vivência empresarial para seus membros, permitir que estes coloquem em prática aquilo aprendido em sala de aula, e capacitá-los para a atuação no mercado de trabalho.

9. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que entra na EJ?

A XPORT tende a desafiar as pessoas, e isso motiva a imagem que a EJ passa, de união para universidade. E a UFRRJ é a única que lida com a área internacional.

10. Qual o tempo médio de um projeto realizado pela empresa?

3 meses.

11. Quantos projetos a empresa realizou no triênio 2017-2019?

2017 - 8

2018 - 13

2019 - 30

12. Qual foi o faturamento da empresa no triênio 2017-2019?

2017 - R\$ 15.607,98

2018 - R\$ 5.585,80

2019 - R\$ 13.285,31

13. Qual o valor médio dos serviços prestados?

R\$ 500,00

14. Qual o público-alvo atendido pela EJ?

Para os projetos destinados a Pessoa Jurídicas, são de micro até médias empresas que trabalhem com algum produto ou mercadoria fácil de se exportar. E para as Pessoas Físicas, são normalmente estudantes.

15. A maior parte dos clientes da empresa são da cidade-sede da Empresa Júnior e/ou do estado?

Os clientes são bem diversificados pelo Brasil.

16. A EJ se utiliza mais da prospecção ativa ou passiva?

Prospecção mais passiva historicamente, mas, atualmente mais ativa.

17. Você considera que os serviços vendidos pela EJ são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A área de atuação de Relações Internacionais é bem ampla, então caso o egresso tenha o intuito de trabalhar na área de governo, ou como diplomata, os serviços da empresa não são alinhados com essas atividades. Mas, caso a vontade seja de atuar no setor privado, os serviços vendidos pela EJ são as atividades que o formado irá desenvolver.

18. Você considera que os clientes entendem os serviços da empresa como uma atividade própria do profissional de Relações Internacionais?

Muito provavelmente não, normalmente os clientes entendem mais como se fosse uma área especificamente de COMEX, e não fazem muito a relação dos processos de exportação e importação com RI.

19. Você considera que exista concorrência entre a empresa que você participa com Empresas Juniores de outros cursos?

Não acha que existe concorrência com relação a mercado com Empresas Juniores de outros cursos, já que estão voltados para realização de projetos considerando o internacional.

20. De que forma você considera que as atividades da Empresa Júnior e do curso que ela está inserida se relacionam?

Não existe uma relação direta, é um curso muito acadêmico, poucas cadeiras se relacionam, a EJ trabalha mais com atividades voltadas para o mercado de trabalho

21. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que a empresa está inserida?

O foco é voltado para a área acadêmica e para a diplomacia.

22. Todos os membros da EJ executam projetos?

Todos os membros da XPORT executam projetos.

23. Você considera que as atividades da Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

São complementares, pois a EJ permite um contato direto com algo que não se tem no curso, como o conhecimento de Comércio Exterior.

APÊNDICE XXIV. Pesquisa da contribuição das Empresas Juniores de Relações Internacionais do Brasil na formação dos estudantes - Questionário

O questionário a seguir é para ser realizado com o maior número possível de membros de Empresas Juniores de Relações Internacionais, e visa analisar o papel das Empresas Juniores de RI na formação acadêmica e profissional dos estudantes. E ainda, tentar traçar a relação entre aquilo aprendido dentro da EJ e o que é ensinado em sala de aula. Nenhum dos dados aqui fornecido será associado a qualquer nome ou e-mail individual, o e-mail e/ou nome não aparecerão em nenhum momento no trabalho que será desenvolvido.

1. Qual o nome da Empresa Júnior (EJ) que você faz parte?

(Texto de resposta curta)

2. Qual cargo você ocupa dentro da EJ?

(Texto de resposta curta)

3. Há quanto tempo você é membro da EJ?

(Múltipla escolha)

- Menos de 1 mês
- De 1 a 6 meses
- De 6 meses a 1 ano
- De 1 ano a 1 ano e meio
- De 1 ano e meio a 2 anos
- Mais de 2 anos

4. Qual foi sua motivação para entrar na EJ?

(Texto de respostas longa)

5. Qual você considera ser o objetivo da sua EJ?

(Texto de respostas longa)

6. Quais são os tipos de projeto que sua EJ oferece?

(Caixas de seleção)

- Planejamento de Importação

- Planejamento de Exportação
- Consultoria para Visto
- Consultoria para Dupla Cidadania
- Consultoria Parlamentar
- Consultoria para abertura de empresa em outro país
- Tradução
- Representação Negocial
- Marketing Internacional
- Outros

7. Durante sua permanência na empresa, quantos projetos você já realizou?

Nenhum

(Múltipla escolha)

- De 1 a 3
- De 3 a 6
- De 6 a 10
- De 10 a 15
- Mais de 15

8. Os projetos realizados por você foram relacionados a quais tópicos?

(Caixa de seleção)

- Planejamento de Importação
- Planejamento de Exportação
- Consultoria para Visto
- Consultoria para Dupla Cidadania
- Consultoria Parlamentar
- Consultoria para abertura de empresa em outro país
- Tradução
- Representação Negocial
- Marketing Internacional
- Ainda não realizei
- Outros

9. Qual sua motivação para permanecer na EJ?

(Texto de respostas longa)

10. Você considera que o curso no qual está inserido é mais teórico ou mais prático?

(Múltipla escolha)

- Teórico
- Prático
- É bem equilibrado
- Outros

11. Você considera o número de atividades práticas oferecidas pelo curso suficiente?

(Múltipla escolha)

- Sim
- Não
- Outros

12. Qual segmentação você considera que seu curso segue? EX: comércio exterior, integração regional, segurança, diplomacia, negócios internacionais, generalista, etc.

(Texto de resposta curta)

13. Considerando as matérias presentes no curso, qual você considera ser o tema predominante na grade curricular?

(Texto de resposta curta)

14. Você considera que os projetos realizados dentro da EJ têm relação com aquilo estudado no curso?

(Múltipla escolha)

- Sim
- Não
- Talvez
- Outros

15. Como você considera que adquiriu os conhecimentos utilizados para realizar os projetos de sua EJ?

(Texto de respostas longa)

16. Você considera que as disciplinas do seu curso contribuem para as atividades desenvolvidas pela empresa júnior? Se sim, como?

(Texto de respostas longa)

17. Você considera alguma(s) disciplina(s) importante(s)/necessária(s) para que seja possível a realização dos projetos de sua EJ? Se sim qual(is)?

(Texto de respostas longa)

18. Você considera que as atividades da sua Empresa Júnior são complementares ou divergentes com o curso em que está inserido? Por que?

(Texto de respostas longa)

APÊNDICE XXV. Perguntas da Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Modelo de Entrevista

Empresa:

Universidade pertencente:

Nome do representante legal da empresa: Por não ter CNPJ, não possui representante legal.

Data da entrevista:

- 1. Como se deu (ou está se dando) a fundação da Empresa Júnior (EJ)?**
- 2. Quais os cursos que a empresa abrange (ou pretende abranger)?**
- 3. Quantos membros têm na EJ?**
- 4. Qual é (ou será) a divisão de cargos dentro dela?**
- 5. Quais serviços a EJ oferece (ou pretende oferecer)?**
- 6. Qual o local da sede?**
- 7. Qual é/será o objetivo da organização em que está inserido?**
- 8. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que queria entrar na instituição?**
- 9. Qual o público alvo (que será) atendido pela Empresa Júnior?**
- 10. Você considera que os serviços prestados são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?**
- 11. De que forma você considera que as atividades realizadas se relacionam com curso que ela está inserida?**

12. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que está inserida? Existe algum foco/direcionamento na grade curricular?

13. Você considera que as atividades praticadas são (ou serão) complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

APÊNDICE XXVI. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da Alpha.

Empresa: Alpha *International Jr.*

Universidade pertencente: Universidade São Judas Tadeu (USTJ).

Nome do representante legal da empresa: Por não terem CNPJ, não possuem representante legal.

Data da entrevista: 21/09/2020

1. Como se deu (ou está se dando) a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A motivação partiu da vontade de explorar novos caminhos dentro do curso de RI e iniciar a experiência profissional na área que, apesar de possuir muita oferta de estágios em São Paulo, estes englobam mais serviços de Comércio Exterior. Sendo assim, surgiu a ideia de fundar uma EJ que se distancia do trabalho usual de EJs de RI, normalmente mais ligado à consultoria para importação e exportação, e se aproximar mais de serviços referentes a análises de estratégias de mercado e de risco.

2. Quais os cursos que a empresa abrange (ou pretende abranger)?

Somente Relações Internacionais.

3. Quantos membros têm na EJ?

16 membros.

4. Qual é (ou será) a divisão de cargos dentro dela?

A empresa será dividida em diretorias: Diretoria Presidente, Diretoria Administrativo-Financeiro, Diretoria de Projetos, Diretoria de Marketing e Diretoria de Vendas.

5. Quais serviços a EJ oferece (ou pretende oferecer)?

Análise Estratégica de Mercado e Análise de Risco.

6. Qual o local da sede?

Ainda não possuem um local sede, já que ainda não foram fundados efetivamente.

7. Qual é/será o objetivo da organização em que está inserido?

Oferecer aos alunos de RI uma oportunidade de aplicar seus conhecimentos profissionalmente é um dos objetivos da organização. A Alpha busca gerar experiências na área para os alunos, aumentando seu interesse e identificação pelo curso, similarmente ao objetivo do MEJ de maneira geral. Os alunos de RI costumam sentir falta de pôr seus conhecimentos a prova e saber quais oportunidades de trabalho existem.

8. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que queria entrar na instituição?

As motivações dependem muito da perspectiva individual de cada um, a Alpha pretende oferecer um espaço para que cada individualidade se desenvolva, seja no sentir de produção de conteúdo com trabalho em equipe ou em trabalhos mais técnicos que exigem capacitação mais assertiva.

9. Qual o público alvo (que será) atendido pela Empresa Júnior?

Pequenas e médias empresas.

10. Você considera que os serviços prestados são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Sim, pelo fato de que a Alpha é uma empresa de consultoria em RI, serviço muito comum para profissionais da área. Além disso, a participação na organização é um atrativo a mais para os colaboradores da Alpha.

11. De que forma você considera que as atividades realizadas se relacionam com curso que ela está inserida?

As atividades da Alpha complementam conteúdos do curso como nas matérias de negociação e *global business*. Os aprendizados em sala de aula ajudam os colaboradores a entender melhor aspectos políticos e econômicos, produzindo análises de maior qualidade.

12. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que está inserida? Existe algum foco/direcionamento na grade curricular?

O curso é bem teórico e não possui um foco específico.

13. Você considera que as atividades praticadas são (ou serão) complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Há na Alpha uma busca pela aplicação dos conceitos teóricos aprendidos em sala de aula, sendo assim, as atividades da organização e o conteúdo do curso de complementam.

APÊNDICE XXVII. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da Expori Jr.

Empresa: Expori Jr. Consultoria Internacional

Universidade pertencente: Fundação Getúlio Vargas São Paulo (FGV-SP)

Nome do representante legal da empresa: Por não ter CNPJ, não possui representante legal.

Data da entrevista: 19/09/2020

1. Como se deu (ou está se dando) a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A iniciativa partiu de um anúncio da empresa júnior de RI da USP por meio do LinkedIn. Até então, não havia uma EJ na FGV responsável pela internacionalização de produtos. Daí surgiu a ideia de fundar a Expori, que foi apoiada por alguns colegas e efetivada por meio de *benchs* e entrevistas com EJs já estabelecidas há mais tempo.

2. Quais os cursos que a empresa abrange (ou pretende abranger)?

Qualquer estudante da FGV de São Paulo pode fazer parte da organização.

3. Quantos membros têm na EJ?

4 membros.

4. Qual é (ou será) a divisão de cargos dentro dela?

Os cargos serão distribuídos entre os setores da Presidência; Relações Institucionais (Marketing e parcerias); Projetos, Pesquisa e Prospecção; Administração Financeira e Jurídica; e de Recursos Humanos.

5. Quais serviços a EJ oferece (ou pretende oferecer)?

Através de discussões com professores especializados e EJs estabelecidas no mercado, foi decidido trabalhar de maneira a ajudar empresas de pequeno e médio porte a expandirem seus negócios internacionalmente, oferecendo serviços de análise de mercado, tributos e burocracia internacional, observando como aspectos de cada país influenciam no processo de importação e exportação.

6. Qual o local da sede?

A organização ainda não conta com uma sede fixa.

7. Qual é/será o objetivo da organização em que está inserido?

Capacitar profissionalmente cada vez mais estudantes, inserindo experiências práticas em sua vivência universitária.

8. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que queria entrar na instituição?

Além da experiência profissional adquirida, há a oportunidade de conhecer pessoas diferentes e estabelecer previamente uma rede de conexões.

9. Qual o público alvo (que será) atendido pela Empresa Júnior?

Empresas de pequeno e médio porte.

10. Você considera que os serviços prestados são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Apesar da pouca experiência com projetos e negócios internacionais, acredita-se que sim. A realização de projetos futuros ajudará a criar um melhor sentido analítico de negócios e países, englobando a teoria do curso.

11. De que forma você considera que as atividades realizadas se relacionam com curso que ela está inserida?

Na organização podem ser usadas habilidades de análise de importação e exportação por meio de estatísticas e base de dados, além da aplicação de noções de direito internacional. A experiência de trabalhar em equipe também tem muito a agregar nos sentidos de cooperação e relações interpessoais.

12. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que está inserida? Existe algum foco/direcionamento na grade curricular?

O curso é muito amplo, não tendo um foco em particular. Mas apesar da carga teórica ainda há a oferta de oficinas profissionais em vários períodos, orientando sobre diversos aspectos da vida profissional.

13. Você considera que as atividades praticadas são (ou serão) complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

A entrevistada considera que devido a abordagem teórica do curso, talvez existam divergências, já que não se aprende muito sobre abordagem de negócios. Entretanto, alguns aprendizados podem ser úteis, como econometria, estatística e probabilidade, mas ainda assim a proximidade não é tão grande.

APÊNDICE XXVIII. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da Global Jr. SP.

Empresa: Global Jr. ESPM-SP

Universidade pertencente: Escola Superior de Propaganda e Marketing São Paulo (ESPM-SP)

Nome do representante legal da empresa: Por não ter CNPJ, não possui representante legal.

Data da entrevista: 26/09/2020

1. Como se deu (ou está se dando) a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

Em 2013, um grupo de alunos se reuniu junto a um professor do curso com a ideia de fundar uma EJ específica para o curso de Relações Internacionais.

2. Quais os cursos que a empresa abrange (ou pretende abranger)?

Somente Relações Internacionais.

3. Quantos membros têm na EJ?

23 membros.

4. Qual é (ou será) a divisão de cargos dentro dela?

Ingressantes começam como trainees e após a realização de um projeto trainee (hipotético) viram consultores. A partir da consultoria eles podem prestar um processo seletivo interno para gerência. Uma vez gerentes, há processo interno para diretoria e, por fim, como diretor o membro poderá se candidatar para presidência.

5. Quais serviços a EJ oferece (ou pretende oferecer)?

Estudos de Mercado, Mapeamentos Burocráticos, Planos de Marketing Internacional.

6. Qual o local da sede?

Dentro do campus de graduação da ESPM-SP.

7. Qual é/será o objetivo da organização em que está inserido?

Desenvolver profissionalmente os membros a fim deles se tornarem profissionais referência no mercado de trabalho.

8. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que queria entrar na instituição?

Desenvolvimento pessoal, profissional e acadêmico; entender qual área de atuação gostaria de seguir profissionalmente; ser um viés mais prático do que as aulas mais voltadas para teoria dos semestres iniciais.

9. Qual o público alvo (que será) atendido pela Empresa Júnior?

Pequenas e médias empresas brasileiras visando a internacionalização.

10. Você considera que os serviços prestados são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A representante considera que sim, podendo até relatar por experiência própria, pois, onde trabalha atualmente, usa constantemente as ferramentas e *hard skills* aprendidas na EJ. Como são focados em internacionalização, é comum ver ex-membros indo para esta área.

11. De que forma você considera que as atividades realizadas se relacionam com curso que ela está inserida?

Como trabalham com internacionalização, todos os conceitos relacionados ao comércio internacional são aplicados no trabalho da EJ.

E as disciplinas ajudam na visão analítica que os contribuintes da empresa precisam ter ao realizar um estudo de mercado; desde de análises econômicas até as mercadológicas.

12. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que está inserida? Existe algum foco/direcionamento na grade curricular?

Negócios Internacionais.

13. Você considera que as atividades praticadas são (ou serão) complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

Bastante complementar, por colocarem em prática os conceitos relacionados às disciplinas do curso.

APÊNDICE XXIX. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da OXÊ.

Empresa: OXÊ Consultoria Internacional Jr.

Universidade pertencente: Universidade Potiguar (UnP)

Nome do representante legal da empresa: Por não ter CNPJ, não possui representante legal.

Data da entrevista: 03/06/2020

1. Como se deu (ou está se dando) a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A empresa começou a ser fundado no final de 2018, com o intuito de agregar atividade práticas ao curso. Apesar de já ter havido tentativas de abertura desde 2016, começou a se estrutura realmente em 2017.

2. Quais os cursos que a empresa abrange (ou pretende abranger)?

Somente Relações Internacionais.

3. Quantos membros têm na EJ?

6 membros.

4. Qual é (ou será) a divisão de cargos dentro dela?

Presidência, Vice-Presidência, Diretoria Administrativa, Diretoria de Marketing, Diretoria de Projetos e Diretoria de Recursos Humanos.

5. Quais serviços a EJ oferece (ou pretende oferecer)?

A empresa possui um método próprio de Análise de Maturidade Exportadora, com passos iniciais para atender os clientes que almejam exportar, no entanto, a cartilha de serviços está para ser expandida.

6. Qual o local da sede?

Tem acesso à uma sala cedida pela universidade, dentro da mesma, que pode ser utilizada para reuniões e outros fins.

7. Qual é/será o objetivo da organização em que está inserido?

O objetivo principal é o de trazer o conhecimento prático para os alunos. Há uma demanda, dos alunos, mas no curso ainda não existe nem a oferta de disciplinas que abranjam conhecimento da área empresarial, nem conhecimento prático de mercado de trabalho. Boa parte disso pode se dar por conta da cidade, e da região que estão inseridos, que não possui um grande nível de internacionalização, comparando com outras regiões do Brasil, como São Paulo e Rio de Janeiro.

8. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que queria entrar na instituição?

Colocar o conhecimento aprendido em sala de aula, em prática. E ao mesmo tempo aprender com esta prática, colocando a mão na massa, entendendo o mercado.

9. Qual o público alvo (que será) atendido pela Empresa Júnior?

Alunos, e empresas locais de micro a médio porte.

10. Você considera que os serviços prestados são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

Acredita que sim. E não só a Consultoria para Exportação é algo que um profissional de Relações Internacionais pode desenvolver no mercado de trabalho, mas, aprendizados da EJ serão muito utilizados no mercado de trabalho. Como por exemplo, o aprendizado de fazer *networking*, aprende a mexer em ferramentas, fazer um *memorandum* de entendimento, estabelecer relações sociais, promover relações internacionais, ser líder, gerir uma equipe, entender o cenário internacional, realizar parcerias, são todas competências que o membro da EJ pode aprender e ser. São competência que o participante da EJ vai aprender mais, desenvolver mais que outros alunos que não fazem parte do projeto, e que não aprenderiam de outra forma, dentro da universidade, que não fazendo.

11. De que forma você considera que as atividades realizadas se relacionam com curso que ela está inserida?

No curso existem matérias de Relações Internacionais, como Análise de conjuntura Internacional, que os conhecimentos podem ser utilizados para a realização de projetos. O aprendizado na matéria em questão é bom para entender os cenários do mundo e definir para qual país deve ser feita a internacionalização da empresa. É importante compreender

o cenário internacional e as políticas econômicas para poder oferecer o melhor resultado para o seu cliente.

12. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que está inserida? Existe algum foco/direcionamento na grade curricular?

O curso é mais voltado para a questão acadêmica, e tem um direcionamento para Ciência Política.

13. Você considera que as atividades praticadas são (ou serão) complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

As atividades da EJ são complementares às atividades do curso, pois elas agregam valor ao estudante e às atividades por ele exercidas.

APÊNDICE XXX. Pesquisa de Dados das Iniciativas de Empresas Juniores dos Cursos de Relações Internacionais do Brasil – Respostas das Entrevista com representante da RIEX.

Empresa: RIEX Jr. Consultoria

Universidade pertencente: Universidade Federal do Rio Grande (FURG)

Nome do representante legal da empresa: Por não ter CNPJ, não possui representante legal.

Data da entrevista: 16/09/2020

1. Como se deu (ou está se dando) a fundação da Empresa Júnior (EJ)?

A ideia da criação da EJ surgiu de uma palestra e desenvolveu-se a partir dali. Apesar das diferenças naturais entre os cursos de RI e COMEX, a união entre as duas áreas proporciona uma abrangência maior de questões não só econômicas e técnicas típicas do Comércio Exterior, mas também sociais e políticas advindas das Relações Internacionais.

2. Quais os cursos que a empresa abrange (ou pretende abranger)?

Relações Internacionais e Comércio Exterior Bacharelado.

3. Quantos membros têm na EJ?

13 membros.

4. Qual é (ou será) a divisão de cargos dentro dela?

Haverá cargos nos setores distintos de Presidência, Marketing, Recursos Humanos, Projetos, Administrativo-Financeiro e outros setores menores de gerência.

5. Quais serviços a EJ oferece (ou pretende oferecer)?

Representação Comercial e Internacionalização de empresas, para abranger as áreas dos conhecimentos de ambos os cursos que formam a organização, buscando desenvolver a região da qual fazem parte.

6. Qual o local da sede?

Ainda não conta com uma sede.

7. Qual é/será o objetivo da organização em que está inserido?

A organização busca propiciar aos alunos oportunidades de vivência profissional enquanto trabalha para desenvolver a região, auxiliando a cidade de Santa Vitória e gerando engajamento por parte dos estudantes.

8. Qual você acredita ser a maior motivação de alguém que queria entrar na instituição?

A maior motivação é a carência de espaços profissionalizantes na região. A organização pretende criar um local de preparação e desenvolvimento profissional para seus colaboradores em um ambiente propício ao aprendizado.

9. Qual o público alvo (que será) atendido pela Empresa Júnior?

Pequenas e médias empresas locais.

10. Você considera que os serviços prestados são as atividades que alguém formado em Relações Internacionais irá desenvolver no mercado de trabalho?

A representante considera que sim, visto que a organização realiza serviços que são comuns no mercado de trabalho.

11. De que forma você considera que as atividades realizadas se relacionam com curso que ela está inserida?

Todas as atividades realizadas dentro da EJ são aplicações de conceitos e aprendizados vindos da sala de aula, adicionando a experiência prática. Especialmente no curso de COMEX, que conta com matérias mais técnicas relacionadas a importação e exportação.

12. Qual é o foco do curso de Relações Internacionais que está inserida? Existe algum foco/direcionamento na grade curricular?

O curso de RI possui foco em direito, enquanto o de COMEX aborda mais a economia.

13. Você considera que as atividades praticadas são (ou serão) complementares ou divergentes com o curso de Relações Internacionais em que está inserida? Por quê?

As atividades da empresa são similares a uma continuação do aprendizado teórico das disciplinas, sendo complementares. Diferindo apenas na aplicação em si.